売上を目指すと滅びる

げんじあきら

目次

○坂本龍馬と高杉晋作を呼び寄せる

○会社に頼るしかないでしょう

○ヒット商品１つで局面が変わる

○売上を目指す慣習をブチ壊せるのか

○ヒット商品を創れるのか

○１つの会社が再生した

○売上を目指さなければ滅びない

○結果が良い症候群になって

○流れはつくれるのか

○川になって

○大河のように

○４年が経過しました

目標と目指すもの

〇結果を目標にする不思議さ

ちょっと前に、一人横綱が、ひょっとすると双葉山の69連勝を抜くかもしれないという局面があった。

「どんなことがあっても必ず抜いてやる」

多分、こう思わない方がいいのだろう。

「勝つと思えば負ける」

昔から言い古されている。これは何だろう。売上を目指すと滅びるという考えは、勝つと思えば負けるという考えと同じです。

勝ち負けは結果のことを言っている。結果を目指すことは良くない。動機が不純だと言ってもいいのでしょう。

それでは、何を目指せばいいのでしょうか。売上を目指すことが不純だと言われてしまうと、世の中の会社がゼンブ不純になってしまうのではないでしょうか。

「来年度の販売目標は○○円です」

「来年度の生産計画は○○台です」

それでは、こう表明する会社は、おかしいのでしょうか。おかしいと思ったとしても、聞かれてしまうから、言わざるを得なくなります。

「来年度の販売目標は○○円と表明」という言葉だけが独り歩きをします。確かに、「勝つと思ったら負ける」と思って、結果を目指すまいとしても、世の中の、結果を目指してしまう流れに押し戻されてしまいます。

「販売目標は○○だったはずですけど」

そう言われて、結果責任を問われることになります。

「マニフェストが素晴らしいと思って投票したのに」

「マニフェストが実現されないからダメです」

そう言われて、支持率が落ちたりします。

「勝つと思えば負ける」

ここがうまくいっていません。

マニフェストも、結果を目指すものにせざるを得ない雰囲気になります。
「具体性に欠ける」
やはり、日本の社会全体がおかしいのでしょう。
「69連勝してやる」
そう言わしめる風潮になっているのでしょう。
「オリンピックで金メダルを獲ります」
がいいのです。
「自分の最高のパフォーマンスを出せるようにガンバります」
これでは、納得してもらえないのです。
30年か40年くらい前に、ヒット商品が次々に生まれて、大きな会社が次々に生まれて、経済成長をしていた時には、誰も、そんなことは聞きもしなかったのです。来年の販売計画など、聞かれもしなかったのです。
いつからか、何かがおかしいのです。それも、そんなに昔ではありません。せいぜい20年くらい前からなのです。
「目的を定めてしっかり行動しよう」
「目標を定めて必ず達成することを心がけよう」
私には、そうしないと、「もうヒット商品なんか出ないんだから」「もう経済成長しないんだから」と、だれからとなく、諦めたからだと思えるのです。
「たとえ３％でもいいから目標を定めたら必ず実行しよう」
いつの間にか、69連勝は自然にやってくるといったノンビリした考えではなくて、目標というプレッシャーにしてしまったのです。10年連続２００本安打も同じです。
「毎日お客さんに満足してもらえるプレーをしていたら、結果としてヒットが２００本になってしまう」
多分、本人は、こう思っているのでしょう。あんまり、日本の人と仲良くするのは良くないと思ってしまうでしょう。
「９月の目標は何本ですか？」と聞かれるからです。
バッカじゃないかと思ってしまうのです。
来年の販売の結果など、来年の新製品がヒットしなかったらダメだし、すごいヒットするかもしれないのです。

経営者は結果責任だから、赤字が何年も続いたら退任すればいいのです。売上が何年も前年割れしたら、会社の使命である、よい商品を世に送り出していないのですから、その責任はとらないといけないのでしょう。
そのことと、「８月には何本ヒットを打つつもりですか？」は、別ものです。
いつからか、日本の社会に、結果を見越して、目標を表明しなければならないという、おかしな風潮ができてしまったのです。
40年くらい前には、なかった風潮です。現在の中国にもない風潮です。
「今年度の経済成長は○○でした」
今は、経済成長しないし、みんなヒマなのかもしれません。細かい目標をつくらせるのです。目指すことではなくて、結果の目標をつくらせるのです。
私が、「そんな細かい販売目標つくって何になるのですか」と聞いたら、いきなり、コミュニケーションできなくなるのです。それがフツウだからです。結果を目標にすることがおかしいなどと、誰も思っていません。私がおかしい人になってしまいます。
いつからか、おかしくなったと、私は思うのです。成長への安心感がなくなったと思います。国家予算の仕分けなど典型です。お金の使い方は習慣ですから、いくら成長への安心感がなくなったとしても、細かい成長目標をたてて、細かく守らせたとしても、お金の使い方は、ズタズタです。
成長に安心感がある頃は、お金が余って張り付けるのに困ったのです。本当は、税金なので、いくら余ろうとゼロベースでいかなくてはならないのは、当たり前です。余れば減税すればいいだけです。
そんなにカッコよくいきません。帳尻を合わせて、成長に合わせて経費を配分していたら、成長できなくても、その風潮はなくなりません。
多分、かっての、イギリス大英帝国やスペインやオランダなどなど、成長に安心感を経験した国々が、同じ悩みを抱えたであろうと推察できます。成長に安心感がなくなった時、成長に細かい結果目標をくっつけて、お金の使い方は、何年も、成長に安心感のあるままという、矛盾のある状況です。例外はないのでしょう。そして、大きな借金をつくってしまいます。
会社だって集団です。
今の日本であると、成長に細かい目標をつくることは、同じことになりま

す。
「第１四半期の生産台数は○○が目標です」
これを公表しなかったら、投資家から怒られます。証券会社だって、怒ります。結果の目標を公表することが、あたりまえなのです。
大学に入る試験だって同じです。結果の目標がつくりやすいように、あらかじめ、標準がセットされているのです。結果の目標のいくらを目指すことが、フツウの風潮です。誰もおかしいとは思いません。
「売上を目指すと滅びる」がテーマなのですが、日本では、なんでも同じだと言っておきたいのです。なんでも結果を目指すことを奨励されています。
テレビの視聴率だって同じです。昔、成長に安心感があった頃の視聴率は、多分、テレビの会社の参考にされたでしょう。今は、参考などと言ったら笑われます。
現在の日本では、なんでも、結果を目標にしてしまうのです。これを読んでおられる方は、それがなんなの？と思っている方もいらっしゃるかもしれません。私は、結果を目標にしてしまうことが、すごく不思議なのです。なぜ、不思議と思うかの話です。

〇結果が良くない症候群

やはり、どこからか、入ってはまずい道に迷い込んだと考えるべきなのでしょう。私は、そう感じています。
それは、結果が良くないからです。
パリーグ最下位のチームは、監督が変わりました。今度は、３位を目指すのでしょう。結果が良くないから、結果の目標をつくってしまうのです。
もし日本が、中国の追従を許さず、アメリカに追いつく勢いで経済成長していれば、私が言っていることは、一変しているでしょう。政党のマニフェストも、ここまで具体的にしなくても、何も言われないでしょう。先のことは、やってみなければわからないのですから。会社の売上もみんな右肩上がりでしょうから、９月には何本ヒット打つつもりですか？といった、バカなことを聞くこともありません。
すべて、結果が良くないから、こうなっているのです。結果がよくないか

ら、結果を目標にしてしまうのです。そして、ますます結果がワルクなってしまいます。今の日本は、こういう状況です。マイナスのスパイラルに陥っています。
それにしても、10年連続２００本もヒットを打つ人が、９月のヒットを何本打つつもりですかと聞かれる違和感は、すごく大きなものです。３年連続でセリーグチャンピオンになったチームは、細かな結果目標などありませんでした。
「われわれの試合が、エキサイティングでおもしろかったからです」
だれかが、こう言うのではないでしょうか。
残念ですが、日本では、チャンピオンであっても、細かな結果目標を云々される風潮の中にいます。現実的に、その風潮に抗することは難しいでしょう。
どこからか、入ってはまずい道へ迷い込んだのですが、それは、結果が良くない集団や人が迷ってさまよう道のようです。
結果が良くないから結果を良くしようとして結果を目標にしてしまう道です。
今年のイノシシの捕獲目標は○○頭です。それを下回ると、この村では食糧確保に困ります。前年は、イノシシが少なくなり、結果がよくありません。今年も、心配しています。月別にも目標をたてたので、みんなでガンバリましょう。
そうではなくて、豚の飼育の研究に着手しましょうを目指さないといけないのです。目指すことは、豚の飼育です。いつまでも、野生のイノシシを狩っていても、いつかは、いなくなってしまいます。もう、狩る時代ではなくて、飼育の時代だと、誰かが言わないといけないのです。
もし、日本の人口も増えていて、豚の飼育の研究も順調で、おいしい豚肉生産も順調で、豚の飼育数も伸びていて、成長への安心感があれば、イノシシの捕獲目標の細かいものをつくったりしません。
結果が良くないから結果を目標してしまうという、人のクセのような話になってしまいます。人は、結果が良くなくなれば、そこから脱することは、極めて難しいと言えます。
会社というのは、その典型です。会社というシステムは、結果が明確に表現

されるように出来上がっています。市場経済社会の細胞として、しっかりした存在を示せるかどうか、常に試されるようになっています。存在の結果が、わかりやすいようになっています。市場経済社会が順調に活動しているのは、会社の存在の結果が、同じ表現で示されるシステムになっているからでもあります。パリの会社と大阪の会社と、表現が異なることはありません。利益と言ったら利益だし、人件費と言ったら人件費です。この、しっかりした方法で、結果が示されることは、好ましいことではありますが、結果が良くなければ、結果を目標にしてしまうという、人のワルイクセを継いでしまうことになります。
そして、結果を追えば結果は逃げて行くのですから、勝つと思えば負けるという事態に陥って、どんどん、マイナススパイラルに陥ってしまいます。今の日本のようにです。日本の会社も、すべて同じです。結果が良くない症候群です。

どこから結果がよくない症候群に入ってしまったのでしょうか。
多分、鉄鋼生産世界一とか、造船生産世界一とか、そういう結果が良くなった時が、終わりのはじまりだったのでしょう。自動車の生産だって、同じ道をたどっています。結果を重視する道です。世界ＮＯ１の、自動車の生産国なのでしょうが、もう、終わりのはじまりでしょう。
「売上を目指すと滅びる」は「結果を目指すと滅びるでもあります」。結果は結果なのです。ただそれだけのことです。２００本安打が10年続いているだけのことです。２００本安打を10年続けようと思ったらできないのです。結果とは、そういうものです。単に、結果に過ぎません。ですから、結果を目指すものにすべきではありません。単に、わかりやすいように、較べやすいように、標準化されているものに過ぎません。会社の業績が良いので株価は高くて安泰ですが、もっと株価を高くしようとして、株価という結果を目指したら、崩れるのです。
結果とは、そういうものです。結果は、明日につなげるものではありません。明日の結果を夢見るのは、励みになるのでしたら、望ましいとしても。明日の利益率を３％増やしたいと夢見るのはいいのでしょうが、来年の利益率を３％上げるというものは、目指すものにはならないと言っています。こ

の新製品を発売することを目指さなければなりません。結果は、追いかけるべきものではありません。夢見るものです。
夏甲子園に出場するという結果を目指すことは良くないと言っています。夢見ることでしょう。エースを育てることが、目指すべきことなのでしょう。

〇目標というものは必要ない

よく考えてみれば、目標など必要ないのでしょう。目標ということばがあれば、どうしても、希望する結果を書いてしまいます。
人件費を20％抑制するという具合です。どういう方法で、いつから、どこからはじめるのかと聞かれても、答えられません。単に、結果を夢見たからです。目標なのです。目標などという言葉は、死語にしてもかまわないのでしょう。何の役にもたちません。結果がよくない症候群での言葉にすぎません。結果を目指してしまう症候群です。結果を目指す言葉として、目標があります。
「今年の中国のＧＤＰはいくらを目指すのですか？」
「世界第２位の経済大国になりますが」
バッカじゃないかと思うのです。
やっている方は、そんなことはどうでもいいのです。そんなことより、通貨批判をどう切り抜けるか考えなければならないのです。
「８月は何本のヒットを打ちたいですか？」
今の日本は、すぐにこう聞いてしまう、なんでも目標にする症候群に気がついていません。それは、結果が良くない症候群では、フツウだからです。私は、１９９２年からずっと続けて、小説を書き続けています。ある女性の物語です。彼女は、ダメオンナだったのですが、人間力に溢れた女性に変身して、世界に女性のためのお店を持つ会社の社長にもなっています。現在も、小説は続いているのですが、彼女の会社では、目標というものがありません。１部上場している大きな会社になっているのですが、販売目標や利益目標がないのです。大きな抵抗があるのですが、彼女は、ガンとして、目標という言葉を死語にしています。彼女は、人は、結果が良くなくなると、結果を目指してしまう。その言葉が目標だと、信じているのです。彼女の会社

は、結果が良くない事態に陥ったことがないので、目標という言葉が必要ないのです。
来年は甲子園に出場するという目標を、部室の壁に貼った時点で、もう出場できない結果症候群なのです。来年は２００本安打を打つという目標を掲げた時点で、もしかしたら打てないかもしれない不安を持ったことがわかるのです。来年の日本のＧＤＰ目標は○○％と表明した時点で、結果が良くない症候群だとわかります。誰かが予測した結果○○％だったら、それでいいのでしょう。
いつからか、目標をしっかり持てと言われるようになったのです。よくわかりませんが、数学の試験の順位を、20番上げるという目標を持つんだと、自分自身で思い込んだようです。
会社の結果と同じように、学校の結果も、数字で表わされるように、システムがキチンとできています。標準になっています。数学のレベルを世界で比較することもできます。これは学問ではないのですが、いつからか、結果が良くない症候群になっています。日本の数学教育のレベルが落ちていると言われます。そして、やはり、結果を目標にします。結果を目標にしてガンバっても、それはそれで達成感があります。今年の販売目標はあと２日で達成できると言って喜ぶのと同じです。
目標というのは、おかしなものです。
多分、生きるために狩りをした、大昔の名残でしょう。冷蔵庫はないので、今日の朝から、木の実を何個採集しないといけないのです。鹿を今日は２頭は狩らなければならないのです。
現在は、生きるために狩りをすることは、漁業に残っているくらいで、ほぼありません。飼育して育てて、食糧にしています。狩りから育てるに変っています。
しかし、狩の名残である結果重視であったり、結果が良くない症候群であったり、結果を目標にしてしまうクセなどは、生き残っています。
私が１９９２年から書いている小説の中で、主人公の彼女は、大会社の社長ですが、販売目標も利益目標も、社員に、つくるように要求しません。社長室も経営企画室もありません。社員は世界に１８０００人もいるのに。
彼女は、株主総会で、常に答弁に苦しみます。

「販売目標のない会社などありません」
「オンナの感情で経営されても困ります」
「社員が目標を持たないで何を頼りに仕事をするのですか」
彼女は、雑誌のインタビューも受けませんし、テレビにも出ません。答えても納得してもらえないからです。目標が何もない会社なのです。しかし、創業以来、毎月、過去最高の売上を更新し続けています。そのことは、どこにも表現されていません。目指しているわけでもないからです。もちろん、目標でもありません。株主の誰かが、株主総会で言うのです。
「彼女以外にこの結果を出せる自信があれば手を挙げてください」
彼女には、結果が良くない症候群がゼロなのです。
昔、松下電器があってホンダ技研があってソニー株式会社があってトヨタがあって、現在の東証１部の多くの会社がその時基盤を築いて、日本の市場経済社会が形成されたのです。いつからか、その時代の息吹を越えることができなくなりました。そして、目標なる言葉が、重要度を増したのです。
目標などということばは必要ありません。私が書き続けている小説の主人公の女性は、社長ですが、販売目標などつくる時間があったら、お客さまサービスをやってくれと言うのです。彼女は、決して、結果を目指してはいません。結果は良い方がうれしいに決まっています。ただそれだけのことだと言うのです。
目標は、結果が良くない症候群に陥った時に、はじめて出てくる言葉であって、結果が良い状態では、目標を考える時間さえも、惜しくなるのです。
例外はありません。人は、そういうものです。

〇目的も必要ないのではないか

目標が必要なかったら、目的も必要ないかもしれません。
目標は、結果が良くない症候群ではじめて出てくる概念です。結果がワルクならない状態では、目標の概念がありません。世界でマグロが溢れていた頃、誰も、捕獲目標など考えなかったのです。マグロの個体残が少なくなって、結果が良くなくなって、はじめて、目標なる言葉が出てきます。何でも同じです。人のやることは、人種の違いはあっても、結果が良くない症候群

は同じなのです。
ひょっとすると、目標に近い意味の、目的という言葉も、必要ないのかもしれません。
目的とは何でしょうか。
人間のあかちゃんに近い子どもと、人間以外の生き物に、目的なる概念はありません。彼らの概念は、唯一、生き残ることしかありません。ある意味では、生き残るが、目的だとも言えます。
「もっと目的をよく考えて動きなさい」
こう大人に言われて育つ時の目的は、生き残ることを言ってはいないようです。もっと細かいのです。
大人になったら、稟議書や起案書の最初に、目的があるのです。なんのためにこの行動をしたいか、起案をして承認をもらわないといけないのです。
人を構成しているものは、生き残りたい自分と、なんでも解き明かしてしまいたい優秀な頭脳の自分の2人がいます。
優秀な頭脳は、人を何回も滅ぼしてしまうような兵器を平気でつくってしまうほどに優秀ですが、行き過ぎます。そこで、見えざる悪魔と愛を、優秀な頭脳と同時にセットしました。
生き残りたい自分は、人間のあかちゃんも、他の生き物も、みんな同じです。優秀な頭脳のなんでも解き明かしたいコンセプトは、人間のあかちゃんより大きくなっていく人に、共通に芽生えるもので、例外はありません。
こんな大局の話をここで持ち出しているのは、目的なる言葉が、大局と思われていることをウソだと言いたいからです。
「もっと全体をよく見て、なんのためにこれをやるのか、よく考えて」
「あなたのやることには、目的が見えない」
「ただやりたいからやるのでは、ブタと同じではないか」
ブタにワルイと思うのですが、何のためにこの行動をするのかを、書き出せと言われています。
「上海市場を見極めるために出張に出かける」
ただ上海を見てみたいだけでは、お金が出ません。
結果が良い状態を続けている場合は、こんなおかしなことはしないのです。
私が書き続けている小説の主人公は、女性社長で子どもが5人いて、現在、

１番下の子どもは２才です。１番上の子どもは９歳です。彼女は言うのです。
「ロンドン見てみたいの？じゃ〜来週のお母さんの出張の時に一緒に行く？」
「自分で考えて」
ムンバイ見てこようと思うんですけどと聞かれて、こう言うのです。起案書や稟議書など、ないのです。
「みんなにメールしておかないと心配するでしょ？」
そう言うのです。
彼女は、目的なる言葉は、権力者が、物事をコントロールしたいためにつくった言葉であることを承知しているのです。自分も、１８０００人の社員のいる会社の社長ですから、権力者なのです。その権力者である自分が、「目的を考えて行動して」などとは、とても言えないのです。そういう、目的という概念すら、必要ないと思っているのです。創業以来、毎月最高記録を更新しているのです。売上ですが。
彼女は、結果が良くなくなると、社長である自分が、「目的を考えて行動して」と言ってしまうことを、心配しているのです。
つまり、目的とは、権力者のコントロールの手段の言葉であり、結果が良くない症候群の言葉なのです。
今の日本で、「目的を最初に書いて」と言われ続けていることは、少し、意味が違うのです。
「もっと、人が生きることにどういう貢献があるのか考えて」
こう言っているのです。
「目的が定かではありません」
言葉は近いのですが、大きく異なっています。
40兆円しか税収がないのに、90兆円もの予算を組んでしまうのは、目的をしっかりさせて、仕事をつくってきた結果です。目的がしっかりしています。
ですから、目的なる言葉は、ウソなのです。そのことを実行するための、形式的な言葉なのです。目的といことばがなかったら、40兆が90兆などにはならないのです。目的とは、権力者に都合のよい言葉です。

「人が生きることにどういう貢献があるのですか？」
このような本質的なことを、目的とは言いません。
多分、目的という言葉など必要ないと言っていると、「こういう人がいるからみんなで一致した考えにならない」と、叱られたりしそうです。
昔、いくつものピラミッドをつくり続けて、何世紀も経って、再生産再消費するものではないから、経済が破綻すると気がついた時には、もう遅かったと悔やまなければならなかったのです。ピラミッドに目的はありました。
「人が生きることにどういう貢献をしたのですか？」といった、本質的なことを、権力者が聞けば、状況が変わったかもしれません。
目的とは、権力者に利用された言葉だと言っています。結果が良くない症候群の言葉だと言っています。
そして、いまから20年くらい前から、目的のない行動は、ダメ行動になったのです。
「あなたは会社を儲けるためにやっているのですか？人が生きるために何かの貢献をしたいために会社をやっているのですか？」
そう聞かれて、「儲かることは結果ですから関係ありません」と、私が書き続けている女性の主人公は言うのです。
「結果が良いことはうれしいことです」
「しかし、わたしは結果は目指しません」
そう、彼女は言うのです。
彼女のことばに、目的なるものが出てきません。１８０００人も社員がいるのですが、誰も、目的を定めて何かをやるといった意識はありません。彼女や社員は、自分たちが目指しているものがあります。自分たちの行動の目的なるものはありません。目的なるものは、目標と同じように、ある時から、権力のコントロールの方法として、結果が良くない症候群における、方法として、登場したことを、よく知っているかのようです。

○何を目指せばいいのだろう

私が１９９２年から書き続けている小説の主人公の言葉には、目標もなければ目的もありません。それでいて、１部上場会社の社長ですし、社員が１８

０００人もいます。彼女たちの行動の源になっているのはなんでしょうか。
彼女は、株主総会で言うのです。
「世界のオンナ辛いからわたしは会社をやっている」
１８０００人の社員は、すべて、「オンナ辛いから」という、彼女のことばに共感して、働いています。
したがって、オンナが辛いことにプラスにならないようなことは、一切仕事にはしないことになります。男のための商品は、何もありません。彼女が株主総会で報告することは、前期は、上海のオンナに少しはプラスになったかと思いますなのです。もちろん結果も報告します。それは、最後に、簡単に報告します。売上は、昨年に対して、２・１倍でした。そして、売上に関する詳しい情報は、売上ランキングにして、有料公開しているのです。毎月の月末試算表と一緒にです。経営内容を、上場以前から公開しています。
彼女は、なぜ、目標や目的という言葉を一切使わないのでしょうか。なぜ目指すものということばを頻繁に使うのでしょうか。
理由は簡単です。
彼女は、人が動くのは、愛しかないと考えているからです。愛は人が動く押しボタンだと考えています。したがって、１８０００人の社員が動くのは、愛がなければならないと信じています。
愛の反対に位置するのは、見えざる悪魔でありよろいです。カタチづくることです。愛はよろいとシエアーを分け合っています。
彼女は、目的や目標という言葉が、よろいの言葉だと思っているのです。修業などによって、生身の自分の身体にくっつけたものではなくて、自分の外側に、よろいとして着ているものの言葉だと思っているのです。
目指すものという言葉は、彼女によると、愛のことばであり、よろいの言葉ではないのです。
「オンナ辛いからわたしは会社をやっている」
この言葉がよろいであるか愛であるか、重要な分かれ目です。よろいで、事業コンセプトとして愛を表現している会社もあります。
ホントに、オンナが辛いから会社をやっているのでしたら、やり方がゼンゼン異なるのでしょう。フツウの市場経済社会の細胞としての会社のやり方のことです。

彼女は、よくわかっているのです。言葉一つで、人は、ある方向に向かってしまうことをです。ことばによる呪縛です。
目標という言葉を頻繁に使うことによって、結果が良くない症候群に、更にはまってしまうことを、よく知っているのです。
現在、ものすごく多く使われている、日本での目標という言葉は、日本の先行きを示しています。それは、更に結果が良くなくなる方向に行くことを、示しているからです。日本は更に税収が少なくなり、国家予算を大幅に削らなくては、やっていけなくなります。
そのためにといったことや、そのためにどういう目標をといったことが、毎日毎日論じられるのです。論じて、改善のための前進はしないのです。
わたしの小説の主人公が言っている、「目指すものは愛の言葉であり、目標や目的はよろいのことば」というのは、極めて大事な概念です。
国家のことが大き過ぎるのでしたら、現在の日本の会社のことを考えてみましょう。
昔、主婦のためのお店という会社がありました。目指していたのでしょう。そのまま主婦にゼッタイ人気のお店を目指せばよかったのでしょう。
しかし、目標は、小売業Ｎｏ１という、よろいになってしまったのでしょうか。だいたい、Ｎｏ１といった目標を掲げた時点では、Ｎｏ１という結果を続けられない、結果がよくない症候群に陥っているのです。実際に、Ｎｏ１の座を降りるのに、10年もかかりません。
みんな同じなのです。人間のやることは、エジプトの時代から、何も変わってはいません。最初は、愛があったのかもしれませんが、そのうち、権力が伴って、カタチになって、よろいになって、よろいを守るためにやってはいけないことをやって、そして崩れるのです。
私の小説の主人公は、そのような人間が陥る例外のない過ちを、自分だけは、ゼッタイに繰り返したくないと、意思を強く生きているのです。
１８０００人も社員がいる大会社の社長なのに、専用の社長室も専用の机も車もないのです。邸宅の建設や別荘の勧誘など、多くの誘惑を、彼女は、はね除けているのです。貧乏に暮らすことしか方法がないと信じています。
人に例外などありません。人は必ず、うまくいくと、権力とお金を得て、よろいにまみれて、よろいを守るためにやってはいけないことをやって、崩壊

するのです。これを例外にした人など、かって、誰もいないのです。ナポレオンだって同じなのです。
私の小説の主人公は、「オンナ辛いから会社をやっている」を、多分、降ろさないでしょう。彼女は、市場経済社会の枠組みで、その目指すことを実行しようとしています。市場経済社会の枠組みの方が、かえって、オンナ辛いからを実行できると考えています。
世界には、市場経済社会に拓かれていない国もたくさんあって、そういう国では、「オンナ辛い」は、改善されないと思っています。しかし、それが、彼女のできることの、精一杯のことです。実現できることの限界です。市場経済社会の枠組みの中で、オンナ辛いから会社をやっているのです。
だから、彼女は、会社を運営しています。会社も上場しています。上場しなければ、世界に和食のお店を展開できないのです。彼女が得意なのは、食べることです。オンナが食べることです。おいしければ、少しは辛さが和らぐことを知っています。リーズナブルであることも、「オンナが辛い」を実行するには、あたりまえのことです。
１８０００人の社員全員が、「これはオンナが辛いことにプラスになるのか」、そう考えて行動しているのです。したがって、彼女の会社には、マニアルが何もありません。彼女は、料理アカデミーをやっていて、美容学校も、旅行文化アカデミーも、運動アカデミーもやっています。オンナ辛いから何かをするには、人材が欠かせないことを、よく知っています。研究所も、いくつか持っています。人材もありますが、オリジナルな技を開発しなければならないと、信じています。

○目標と目指すもの

日本で、最近よく言われることがあります。
「日本はどこに行こうとしているのか」
「日本の目指している将来像はどんなものなのか」
「日本は何を目指しているのか」
私の小説の主人公はこう言うでしょう。
「わたしは、オンナ辛いから会社をやっている」

「わたしの方法でやっている」
「わたしの考えがイヤだったら社員になってもらわなくてもかまわない」
日本の目指しているものを提示した時、イヤだったら、あなたが日本人を放棄してもかまわないとは言えません。したがって、この話は、永遠に続くことになって、しからばの話には、入っていけないでしょう。
現実的に、現在の日本では、このようになっています。日本は何を目指すのですか？に対して、みんなの一致した考えに、至っていないのです。
私の小説の主人公は、市場経済社会の枠組みの中でやっています。市場経済社会ということは、商品中心の社会だという意味です。一見、お金中心のように勘違いしますが、お金は、触媒に過ぎません。市場経済社会の触媒です。触媒がまずくて、市場経済社会がつまづくことだってあります。ただ、触媒には変わりはありません。市場経済社会の主役は、商品です。
私の小説の主人公が、社員が１８０００人にもなって、一部上場を果たしているのは、彼女の、たぐいまれな、商品の考え方や感性やセンスによるものです。彼女たちの会社の商品は、すべて、オンナ辛いからのオンナ達に、共感して、受け入れてもらえるのです。
彼女の商品の基本的な考えは、魅力にあります。人でも商品でも何でも、人が魅力的だと感じることには、オリジナリティーと本当であることと新鮮であること存在感の、４つのことが欠かせないと思っています。どれか１つでもあれば、人は、魅力を感じます。最近新鮮な人だけでも、グッドなのです。ただ、新鮮だけではなくて、新鮮でオリジナリティーがあれば、もっと魅力が増すことになります。
彼女は、魅力をよくわかっているのです。したがって、彼女たちの会社が発売する商品は、魅力に溢れていて、オンナ辛いからのオンナ達から、多くの共感を受けています。
彼女たちの会社は、結果が良くなくなる症候群に陥ったことがないのです。ですから、目標もなければ目的ということばも、社内にないのです。
日本では、みんな希望してるのに、どこを目指すのかが、決まりにくい状況なのです。政党のマニフェストが掲げなければならないのは、結果が良くない症候群の言葉である、目標や目的ではなくて、愛のことばの象徴である、何を目指すのかを示すことにあります。そんなことはイヤだと言うのでした

ら、その政党は、多くの支持を得られないでしょう。
ただ、現在は、結果が良くない症候群の言葉である、目標を掲げることが、マニフェストであると、みんなが勘違いしています。したがって、目標の掲げ合戦のようになってしまいます。目標は、どんな目標を掲げようとも、所詮は、結果が良くない症候群の枠組みでの話です。たとえ達成したところで、結果が良くなることに、大きな貢献など、あり得ません。それだけならまだいいのですが、その目標ですら、いろいろな障害が出てきて、実現できないことが通常のことです。
結果が良くない症候群の中で、いくら議論をしても、結果は良くなりません。まず、目標や目的などの言葉を死語にすることからはじめないと、難しいでしょう。これは、人のこころの問題ですから。
私は、ヒット商品の曳き人もやっている場合があります。今は、やっています。商品は、新しい生活のシナリオライターなので、商品を使っただけで、自分の新しい生活がイメージできなければ困ります。新しい生活がイメージできないものは、物資と言います。
ヒット商品とは、新しい生活をイメージさせる商品が、やがて生活の定番になって、普及して、物資になる時、生活の定番になる時点の商品の状態を言います。一言で、たくさん売れないと、ヒット商品とは言わないのでしょう。
こういうヒット商品の曳き人をやっていると、これは辛いな～とつくづく思ってしまうことがあります。結果が良くない症候群に陥っている会社では、目標や目的が頻繁に使われているからです。ヒット商品を狙うのではなくて、売上が３％でも伸びればＯＫだと言われるからです。ヒット商品の曳き人など必要ありません。売上３％アップ目標などやったところで、会社の体質が変化するものではありません。３％アップさせたら、他の商品が８％下がって、結局、一生懸命に頑張ったんだけど、総合で２％売上が下がりました。それでも、３％アップ目標は達成されました。なんだか、わけのわからないことになってしまうのです。
結果が良くない症候群では、何をやっても、いい結果は出ません。目標という言葉をいくら駆使しても、それをニンジンのように使っても、ダメなものはダメです。

一般的に、会社には、目指すものがありません。みんなで何を目指すのか、はっきりしていません。たまに、当社の目指すものを見つけたとしても、Ｎｏ１という、事実上目標になっていたりします。日本の国も、目指すことがはっきりしていませんが、会社も、はっきりしていないこと多いのです。目標は、はっきりしていますが。中期計画終了年度には、２５００億円を達成するといった具合です。目指すものは、そういうことではなくて、その会社が存在する特別な理由のことです。売上は、どの会社にも、結果として存在します。
そうではなくて。

売上は結果なのか

〇新しい魅力が創れるのか

会社の売上とは何でしょうか。
会社がコミュニケーションをしたがっている人達と、キチンとコミュニケーションがとれていることが、売上によって、結果的に、表現されているのでしょう。売上は、選挙で言ったら、投票結果です。コミュニケーションをとりたい人から、多くの支持を得て、多くの投票を行ってもらったのか、ほとんど支持されなかったか、結果として示されるものが、売上です。会社全体の売上のことを話しています。
しかし、会社全体の売上は、１つ１つの商品の売上を積み上げたものなので、個別の商品の投票結果を集めなければなりません。
会社は、市場経済社会の細胞なので、市場経済社会の枠組みから出ることはありません。つまり、商品がダメだったら、いくら歴史ある会社であっても、明日墜ちてしまいます。商品は、魅力が大事です。魅力は、オリジナリティーと本当のことと新鮮と存在感なので、ほっておくと、新鮮さがなくなって、魅力を失って、売上は墜ちてしまいます。
存在感の代表は、ミッキーマウスなのでしょう。新鮮ではないのですが、存在感はすごいものがあります。
ほっておくと、会社の商品は、どんどん魅力を失います。例外はありません。つまり、会社を維持していくということは、新しい魅力をつくれる人を確保しておくことと同義です。
私が書き続けている小説の主人公の、１８０００人も社員がいる会社の社長も、このことはよく承知しています。１８０００人いるから会社が維持できるのではなくて、その中の何人かが、新しい魅力ある商品を創り上げるチカラを持っているから、会社が維持できることを、よく知っています。彼女は、誰が新しい魅力をつくれるか、見抜くことができるのです。そして、次々に、新しい魅力ある商品を、発売し続けているのです。
人には、それぞれ、異なったチカラがあります。お客さんに信頼されるチカ

ラを持った社員もいます。社員のチカラを育てるチカラを持っている社員もいます。しかし、お客さんから魅力があると言われる商品を創れる人を欠いたら、会社は成り立ちません。それは、会社が、市場経済社会の枠組みで動いているからです。商品が主役です。私の小説の主人公の社長は、このことを、よく承知しています。彼女は、人を見抜けるのです。
私は、ヒット商品の曳き人もやっています。かなり多くの方とお会いすることが多いのですが。ここの部分を、私のように話される人は少ないようです。つまり、会社というものは、新しい魅力をつくってなんぼという意味です。次々に新しい魅力を創っていかないと、市場経済社会は、落ちこぼれさせるのです。市場が、温かく見守ってくれることなどありません。
サッカーのクラブの会社であっても、プロ野球の球団の会社であっても、テレビ局という会社であっても、自動車をつくっている会社であっても、テレビをつくっている会社であっても、観光の世話をしている会社であっても、空港を運営している会社であっても、例外などありません。すべて、市場経済社会の枠組みで動いています。魅力がなくなったら、見放されて墜ちてしまうのです。
私は、一般的には、日本全体で、この新しい魅力を創るチカラが衰えていると感じているし、日本全体に、息吹のようなものを感じられなくなっているのは、新しい魅力を創れる人が、少なくなってきているからだと思っています。そういう意味だったら、日本はピンチです。
日本が、ひょっとして、アメリカを抜いて、世界Ｎｏ１の経済大国になるかもしれないと思ったことがあります。私ではなくて、一部の人達です。一瞬でした。円高になって、アメリカの土地を買いあさったのです。
どうしようもないと思うのです。単なる、結果が良かったくらいで、１億人しかいない日本が、世界Ｎｏ１の経済大国になるはずがないのです。何かが間違っているのです。結果がおかしいのです。そのおかしい結果を目標にしてどうするのでしょう。世界Ｎｏ１になるかもしれないと思ったのが、終わりのはじまりです。世界Ｎｏ１など、どうでもいいことです。日本は、世界で何をしたいのかが大事です。経済大国世界ＮＯ１など、どうでもいいのです。単なる結果です。60億人の世界の人の中で、１億人の日本人の一人である私は、何をしたいのかということです。何を目指すのか。

新しい魅力を創れる人になりたいなど、素晴らしいと思うのです。
しかし、一般的には、エラクなったりお金持になったりが、本音です。お金持も結果だし、エライ人も結果です。ですから、目標にします。どうでもいいと思うのですが。結果的に、結果を得ることができません。結果は目指すべきものではありません。
やはり、新しい魅力を創れる人になりたいと考えている人が、日本では、少ないんだと思います。
新しい魅力をつくっても、目標である、お金持になったり名誉が手に入ったりしないからです。
ホントに、新しい魅力を創ることが、人間として好ましいと、思ってしまわないと、難しいのです。今の日本では、新しい魅力をつくっても、フツウで考える、いい想いをしないのです。
昔、日本が経済発展をしていたころ、多くの起業者が出てきて、多くの会社ができました。みんな魅力的でした。電気の会社や自動車の会社は、みんなこの時代に、大きくなったのです。すべて、魅力が創れる人が、魅力を創ることが楽しいからやったのです。そして、みなさん、お金持や、名誉を手に入れました。魅力を追いかけても、脚光を浴びた時代があったのです。結果が良くない症候群になったのは、それから10年くらい後のことです。
やっぱり、カンで会社やってもうまくいかないと思われてしまいました。魅力は、どこかに消えてしまったかのようです。魅力よりも、３％売上を増やす手法が望まれるようになってしまいました。もう、結果が良くない症候群です。

○新しい魅力が創れるより目標がつくれる人

現在の日本は、圧倒的に、魅力を創れる人よりも、３％アップの目標をつくれる人が有利です。有利という意味は、収入が多かったり、社会的地位が高かったり、名誉があったり、私流だと、よろいが喜ぶという意味です。ほとんどすべての日本の人は、よろいを満足させたり、よろいを厚くして、多くの収入を得たり、社会的な地位を上げることを望んでいますので、一般的には、有利と思われます。私流ですと、くだらないことになるのです。私は、

貧乏は当然ですが、人間として、人間らしく生きることは、新しい魅力を創ることにある、つまり、人間が人間らしいということは、クリエイティブだと思うからです。クリエイティブは、人間だけに与えられた、人間が進化して獲得した特長です。だから私は、クリエイティブに、一生を過ごしたいのです。
ところが、こんな私は、現在の日本では、少数派です。
私は、ヒット商品の曳き人を、時々やっています。ヒット商品は、魅力に溢れている商品です。フツウの商品がヒットするわけがありません。ヒット商品は、フツウから離れて奇異へ向かいます。
もうここで、私は、ヒット商品など難しい時代になったと、感じてしまうのです。今はもう、幼いころから、奇異に向かうことなどバツなのです。売上が３％増えれば、すごいことなのです。どうして奇異に向かわないといけないのか、説明が難しいのです。もう、芯から、目標をつくったり目的を持って行動することが、身に着いているのです。結果が良くない症候群の中にいるのです。
私の小説の主人公であるオンナ社長は、３人目の子どもを妊娠するまで、社長をやりながら、ＯＬをやっていました。おかしな小説なのですが、彼女は、ＯＬを辞めると、オンナが辛いことがわからなくなると思ったのです。それほど、自分が社長をする会社と、フツウの会社の女子社員は、違っていると思いました。
彼女は、２人目の子どもを妊娠した時、肩を叩かれました。退職を勧告されたのですが、辞めませんでした。そうなのです。ＯＬだけではなくて、社員は人件費なのです。コピー機のリースの費用と同格なのです。彼女が社長をやっている会社では、人件費という会計の項目がありません。もうすでに上場して社員が１８０００人もいるのですが、人件費という項目がありません。社員報酬があります。年間契約で、社員とは、サッカーの選手のように、契約しています。そうかといって、契約しないことではありません。社員たちは、おもしろいから、自分で技を得ていきます。学習は、お手本とモノとコンセプトです。彼女の会社では、店長などの上にいる人は、みなさん、お手本になれる人です。コンセプトは、オンナ辛いから会社をやっている、そこで働いている、ことです。モノは、働く現場です。つまり、彼女の

会社では、学習する風習ができているのです。彼女は、社員が育つことだけが、会社が育って、自分たちの目指すことが実現できると考えています。自分たちが実現できることとは、世界の辛い女性を少しでも手助けすることです。
この小説の主人公が、大きな会社の社長でありながら、ＯＬを辞めなかったのは、理由がありました。自分が勤めている会社と、１８０度逆のことをしたかったからです。目標目標と言われ続けているＯＬの自分がいて、社長の自分は、みんなに目標をつくらせないのです。一言たりとて、「あんたのとこ今月売上少ないけど」などと、言いませんでした。いまだに、一度も言ったことがありません。人件費という会計科目がありません。監査法人がウルサイのですが、そういう監査法人を変えてしまうのです。
「こういうことがわからない感性で監査法人はできない」
彼女は、こう言うのです。
私の小説の主人公は、勇気を持って、おかしなことに挑戦できるのですが、現実の日本の会社では、それは、難しいのです。彼女が抜擢している社員は、みなさん、魅力が創れる人です。それぞれの仕事で、魅力が創れると、彼女が判断した人です。技が素晴らしい人です。
彼女は、彼女が勤めている会社では、マーケティングで、調査のような仕事をしていて、マーケターで成功したかったのです。まだ、自分の会社をやる前の彼女です。
今では、彼女は、マーケティングに、何も興味がありません。マーケティングは、目標を３％アップする手法としては長けていると考えてしまったのです。彼女の会社では、目標をつくっているヒマがありません。売上が、毎月、過去最高を記録しているのです。目標をつくっても、すぐにムダな数字になることは、最初からわかっています。彼女は、リアルに、社員の身体にくっついてしまう技を頼りにしているのです。
なぜこうして、私が書いている小説の話が多くなるかというと、私が、今言いたいことが、現実にはあてはまらないからです。販売目標のない会社などありません。それは、販売目標がつくれるスキルがないからだと思われているに過ぎません。スキルはあるのに、販売目標をつくらせない社長がいる会社など、現実に、現在の会社にはないと思われます。

したがって、私は、私の小説の主人公を引き合いに出す以外にないのです。
何がこうさせたのでしょうか。かっての大英帝国やスペインやオランダも、
同じだったのでしょうか。

〇目標づくりが有利になった結果

みんな同じだったのだろうか。かって日の出の勢いがあった国や会社は、一様に、結果が良くない症候群に陥って、もう蘇ることはないのでしょうか。日本も瀬戸際なのでしょう。かっての栄光など取り戻せないと、自信を持って言えるのでしょう。20年後の日本は、更に枯れてきて、落ち着いた安定した社会になると予想する人が多くなっています。誰が考えても、そういう結論になってしまいます。それなら、まだいい方です。なんとか、この膨大な借金を、地獄を経由しないで、枯れさせることができたからです。もっと最悪のシナリオだって予想できます。
アメリカも、日本に続いて、結果が良くない症候群に陥ることでしょう。移民の国なのに移民を受け入れる余裕がなくなってきます。ギクシャクするのでしょう。
なにがそうさせるのでしょうか。
結果が良くない症候群に決まっています。
集団が滅びるのは、理由が決まっています。人や集団が崩壊する原因も決まっています。過去に、例外などありません。見えざる悪魔が、その集団の中ではびこったからです。自己崩壊以外に、個人や集団が崩壊することはありません。
結果が良くない症候群は、その自己崩壊の１つのステップなのでしょう。崩壊するステップです。
私の小説の主人公が、目標などつくっているヒマがないのですが、ナポレオンのフランスだって大英帝国だって、目標などつくっているヒマがない時代があったでしょう。キチンとコントロールしないといけません。帝国を管理しなければなりません。そう考えた時が、終わりのはじまりです。結果が良くない症候群のはじまりです。
どうして人は、同じように考えてしまうのでしょうか。

今の日本は瀬戸際です。瀬戸際の会社が、日本にはたくさんあります。大きな会社も、ほとんど、瀬戸際に近いのではないでしょうか。
一度結果が良くないと、簡単に、結果が良くない症候群に、すぐに陥ってしまうのです。
私の小説の主人公は、会社が、一度もよくない結果に陥ったことがありません。ずっと、創業以来、毎月、前月を越えた結果を出しています。ものすごく忙しくて、管理のための目標などつくれません。
もし一度結果が良くないことが起こっても、彼女は、目標をつくって細かく管理しないと、前年割れが続いてしまうなどとは、考えないでしょう。今年の結果が良くなかったのは、わたしが魅力をつくれなかったからだと考えるでしょう。それがリーダーとしての最も大切な仕事なのにと思うでしょう。
ですから、今年は、新しい魅力に溢れる新製品を、どんどん世に出していこうと考えます。そして、実行します。彼女は、市場経済社会の主役が商品であることを知っています。商品で最も大切なことは魅力であることも知っています。そしたら、迷うことはありません。細かい目標をつくって、細かく達成度をチェックしていくことが、更に、結果が良くない症候群を加速させることを知っています。
残念ですが、私の小説の中にしか、結果が良くない症候群に抵抗して、そのタコ壺に入らないシナリオはないのではないかと、思わせます。それくらいに、人は、一様に、結果が良くない症候群に陥ります。
日本のほとんどの大きな会社は、結果が良くない症候群でしょう。ほとんど、経済の景気が左右していると思っているでしょう。日本の結果が良くない症候群は、景気など関係ありません。単に、魅力ある商品が、ヒット商品が、どんどん巷に溢れないから、景気をワルクしているに過ぎません。市場経済社会の主役は商品ですから、商品がダメだったら、経済はダメになります。景気は、供給経済時代の名残の言葉であって、今は、あまり意味はありません。
多分、社運を賭けて挑んだ、薄型液晶３Ｄなどのテレビの仕事が、なぜか、非常に短期的な日の照らされ方で終わってしまうことが、よくわからないでしょう。ハイブリットや電気自動車も社運を賭けているのに、日の照らされ方が短いかもしれないことに、驚くのでしょう。

一般の生活者から考えると、テレビはテレビだし自動車は自動車です。たいしたことはありません。ケータイ電話が出てきたような、自分の生活が一変するかのような、新しい魅力の溢れる商品を、望んでいるのです。
市場経済社会の会社は、新しい生活のシナリオライターである商品の養成所なので、次々に新しい生活をイメージさせる商品を創っていかなくては、会社として認めてもらえません。
この、会社の存在についての感じ方が、結果が良くない症候群に陥っていると、どうにもならないくらいに違うのでしょう。
３％伸びてどうするのでしょうか。そのために細かい目標をつくる労力を注いで、年間を通じて細かく達成度を測定して、会議をして、叱咤激励をして、どうなるのでしょうか。
会社は、維持することが意味があるとでも言いそうです。会社は、社会から、新しい生活を想像するような新製品をつくることを、任されたのです。それが、市場経済社会の会社です。その役割を果たせなかったら、消えるしかありません。維持のために手法を凝らしてみても、それが目標や目的でしょうが、時間を引き延ばしているに過ぎません。多分江戸時代の末期は、こうなっていたのでしょう。
人は、一様に、結果が良くないと、同じ行動をします。少しでも結果を良くしようとする行動です。それが、目標や目的です。
そして、次第に、目標づくりが有利になった結果、ほとんどの人が、目標づくりとそのコントロールの概念になり、魅力を創ることを見失って、更に、結果が良くない症候群は進行します。

〇売上は結果なのか

会社においては、結果が良くない症候群は、売上が上がらない、利益が得られない、お金が回らないという３つの結果によって、結果が良くない症候群になります。フツウは、売上が上がらないから、利益も上がらず、お金も回らないというシナリオになることが一般的です。
よくよく考えてみると、売上が上がり続けることなどあるのでしょうか、何かがおかしいのでしょうか。

そういうことではなくて、市場経済社会における会社の役割は、社会に、新しい生活のシナリオを、商品に含ませて、提供することにあるのですから、その役割が果たせなくなったら、会社の存在を終わればよいことです。新陳代謝が、市場経済社会の掟です。会社は、市場経済社会の細胞の一つです。身体も、60兆個もの細胞があって、毎日１兆個くらいが、新しい細胞と入れ替わっています。入れ替わる率が落ちることを老化と言います。市場経済社会も、毎日、役割を終える会社があって、新しい魅力的な商品を持って登場する会社があって、それで市場経済社会全体が成り立っています。目標や目的によって、現状維持を図ろうとすると、結果的に、その市場経済自体を、老化させることになります。

もし、自分の係る会社が、市場経済社会で役割を終えることがイヤであれば、変革や改革を行って、新しい魅力的な商品を開発して、あたかも、新しい会社のように、再出発することが必要でしょう。

坂本龍馬の意思は、黒船によって世界の将来を見て、日本を、再出発させることだったのです。今を、全否定しなければ、難しいことですが。今を全否定すると、狙われて坂本龍馬のようになります。覚悟が必要です。坂本龍馬は、全否定することに、今を壊すことにすべてを捧げました。それが１番難しいからです。

江戸幕府の終わりごろは、結果が良くない症候群の典型だったと思われます。各藩のお米の収穫目標なども見積もって、細かく管理していたのでしょう。考えてみたら、パンだとか、他の主食も考えてはみなかったのでしょうか。目標と目的の、典型だったのでしょう。それが何年も続いて、黒船です。たまたま坂本龍馬が江戸にいたことも幸いしました。

現在では、各藩のお米の収穫見積もりを目標にして管理しているのではなくて、たくさんある税金の収入目標を細かくつくっています。あまり、江戸の末期と変わらないかもしれません。

江戸の末期も、収入が少なくて、赤字になっていくことが、各藩も、江戸幕府も、同じだったでしょう。現在も、なんら変わりがありません。

もう結果が良くない症候群の中にいます。日本の税収など、どうやって上げたらいいか、誰にもわかりません。会社だって、同じです。売上をどうやって上げればよいのか、社員の誰も、わかりません。

会社は簡単です。市場経済社会の細胞である会社の役割を果たせなかったから、売上が上がらないのです。魅力的な新しい商品を開発して市場に導入すればいいわけで、それをできる人を確保することに尽きるでしょう。会社の中には、たくさんの人材がいますが、ひょっとすると、みなさん、目標を設定することに長けている人なのかもしれません。私の経験では、１００人いても、１００人そうです。滅多に、新しい魅力的な商品を創れる人には出会えないのです。
税収だって同じです。
多分、ゼンゼン異なったところから、新しい魅力的な商品を創れる人を確保するように、全く違った観点から、国家の収入を、お客さんである国民の人に買っていただける仕組みを、商品として考えつかないといけないのでしょう。できないことではありません。
もう、どうやって徴収するかといった、江戸時代から何も変わらない発想では、やっていけないのでしょう。
売上や税収は結果です。
売上目標の数字を書いてどうするのでしょうか。そういうことではなくて、その商品に魅力が少なければ、もっと魅力的になるように、組み替えることなのでしょう。何かがおかしいのです。どう組み替えていいのかわからないのであれば、わかる人に手伝ってもらえばいいのです。いくら調査しても、わからないものはわかりません。人がノウハウとして身に着けているものです。
何かの目標をつくって、それを達成させるやり方は、江戸の末期の収穫が上がらなくて計算ばかりしていたやり方と同じです。収穫が上がり過ぎると、収穫を落とす目標をつくって管理するのです。
結果が良くない症候群のやり方です。
やはり、何かがおかしいのです。いつからか、結果なのに、あることをやったからその結果があるのにもかかわらず、結果だけを目指してしまう、おかしな風潮に支配されているのです。
私が書き続けている小説の主人公のオンナ社長は、社員が１８０００人いますが、社内に、結果が良くない症候群のウイルスが侵入することを恐れます。一方で、彼女は、ＯＬもやっていたので、ウイルスが侵入して、結果が

良くない症候群に感染する様を、よく知っています。彼女は、感染源は、すべて、権力者である自分あることを知っています。自分が一言、「売上上がらないけど」と言ったら、おしまいです。そのウイルスは、アッと言う間に、伝染するのです。
「ああ言っててもやっぱ本音は売上だよね」
１８０００人の社員に、あっと言う間に読まれるようになるのです。
結果を追わない。彼女は、意思固く守っています。株主総会でも、数字による結果報告は、最後に、パラッとやるだけです。そのことよりも、彼女が多くの時間を使って報告するのは、サンフランシスコのオンナが辛い状況とそこで何をやったかの報告です。
目標があって、その達成度を最初に聞きたい、結果が良くない症候群の方が多いことをよく承知していて、あえて、問題提起のように、こういう株主総会報告をやっているのです。
質問があって、簡潔にと言われることも承知しているのです。ただ、圧倒的な結果の凄さを、誰もが、認めざるを得ないのです。
彼女は、戦略についても聞かれます。
「世界戦略をお願いします」
「そんなものはありません」
彼女は、世界のオンナが辛いから会社をやっているのです。彼女が考えていることは、フランス人の魅力が創れる社員が増えたら、パリにお店を何軒もつくりたいのです。
フツウ海外戦略と言われて、このように話しても、承知してもらえません。
彼女は、人材がいなければ、何もしないのです。それが一番大事だと思っています。
彼女にとって売上は、単に、良ければうれしいものです。フランス人の社員を育てることには、自分が深く関与するのです。

売上を目指すと滅びる

〇ＰＬＡＮ→ＤＯ→ＳＥＥ→ＣＨＥＣＫ→ＡＣＴＩＯＮ

会社にとって、売上は、会社の行動の結果として、示してわかりやすいものです。結果の代表でもいいのでしょう。

しかし、結果ですから、それはそれで終わりでしょう。それだけのことです。ところが、ＰＬＡＮ→ＤＯ→ＳＥＥ→ＣＨＥＣＫ→ＡＣＴＩＯＮと、昔から言われます。学生時代にも、働きはじめてからも、耳タコです。これを最初に示した人は、やりっぱなしにしないで、見直して、必要があったら修正しろだったのでしょう。しかし、今は、目標をたてて、実行して、目標どおりかどうかよく見定めて、何が目標通りにいかないのかチェックして、目標どおりに行かせるように行動しろ、と解釈している人がほとんどではないでしょうか。

なんのことはない、結果が良くない症候群になるように耳タコにされているのです。ゼンゼン違うでしょ？

目標をつくって、その実現を目指してなど、どこから出てきたのでしょうか。

多分、この文を読んで、おかしいことを言う人がいると思われるのでしょう。目標をつくってその実現を目指すことなど、当たり前過ぎます。それを、そんなおかしなことがいつからできたのかと言っています。

昨日が、今日と繋がっているかどうかの違いです。

会社は、明日は、今日とは違う、新しい会社でなければなりません。人個人だって同じです。今日の自分は、もう終わったのです。時間というものはそういうものです。さかのぼることができません。時間は繋がっていません。身体はそのようにできています。昨日の自分は、もうどこにもありません。個人でなくても、集団だって同じです。昨日の会社はどこにもありません。私の小説の主人公のオンナ社長は、「昨日と同じことやったら壊される」と言います。もともとこの会社は、主人公のオンナ社長が、自分の見えざる悪魔と戦って、よろいを脱ぎ棄てて、自分の中の挑戦心を、奮いたたせたので

すが、しかし、個人の見えざる悪魔より、集団の見えざる悪魔の方が凄いチカラを持っていることを知って、その、集団の見えざる悪魔の学習をするために、会社をはじめたのです。
見えざる悪魔は、個人や集団を崩壊させるもので、人に内在しているものです。そのコンセプトは、昨日と同じことをするように、人に仕向けて、もっと上手になるように奨励して、鉛筆の芯を研ぐように、考えを先鋭して、集中させて、芯が折れることによって、崩壊を達成します。
したがって、昨日が今日の続きであるのか、今日は昨日と全く違う１日がはじまっているのかでは、生き方が１８０度違うのです。
私の小説の中の主人公は、今日は、昨日と全く違う１日がはじめるという考えです。したがって、何事にもケリをつけたがります。即決しかしません。間違っているかもしれませんが、即決します。そうしないと、明日は、天地が逆転しているかもしれないのです。
彼女は、１８０００人の社員のお手本です。こういう彼女の生きる姿勢は、１８０００人の社員全体に影響します。ですから、彼女の会社では、月末の日に棚おろしを徹夜でして、月初日１日に、締めを終わるのです。株主総会を当月中にやってしまいます。毎年、監査法人とケンカになります。「監査法人はサービス業だからやってくれなかったら替わってください」そう言うのです。
すべて、明日は今日とは違う１日がはじまるから、今日までのことは今日終わらせてしまうという考えなのです。それは１８０００人の社員に浸透しています。
目標をつくってその実現を目指すという意味は、明日が今日と繋がっている考えに基づいています。明日は今日よりも、もっと上手にという考えです。
私の小説の主人公は、明日は今日とは違う１日がはじまるから、今日とは違うことをはじめようとするのです。
人だけではなくて、生き物の生き方で、何が基本なのかです。繋がっていると考えると、目標をつくって実現を目指します。
やはり、どこからか、時間が繋がっている。安定した思考に支配されたのでしょう。人は、昨日と同じことをしたいものです。ラクだからです。明日に今日と違うことをやるのは、シンドイものです。

私の小説の主人公は、明日に今日と違うことをやるのは、おもしろいからだと言ってしまいます。今、彼女には、５人の子どもがいます。２才から９才までの子どもですが、みんな違っているからおもしろいと言うのです。
私の小説の主人公は、ＰＬＡＮ→ＤＯ→ＳＥＥ→ＣＨＥＣＫ→ＡＣＴＩＯＮなど、会社では、一度も口に出したことがありません。そんな時間はないのです。

○結果を楽しんでいる
目標や目的は、結果が良くない症候群のことばです。プランなどカッコいい言葉ですが、現実には、目標づくりになってしまいます。身体が、もうそうなっています。それを不思議に思わないことが、私には不思議なのです。
ヒット商品をつくる目標などたててどうするのでしょうか。ゼンゼン違うのです。目標をたてればヒット商品ができるわけではありません。去年の売上より３％アップの目標をたてるという言葉がふさわしいのです。それが、結果が良くない症候群の策であることを承知しておかないと、そればかりやって終わってしまいます。市場経済社会の会社の役割を果たせないから、いずれ終わりが来ることを承知しておかないといけないのです。
売上を目指さないという意味は、結果を目指さないという意味です。今年は２１０本のヒットを打つという目標をたてないということです。目標そのものをたてないという意味です。目指すものを売上にすることもないという意味です。
売上を目指すと滅びるとは、どういうことなのでしょうか。
現在のほとんどの日本の会社は、みんな売上を目指しています。販売目標もあります。その目標を達成するために、毎日、アクセク働いています。それがフツウです。
そのフツウにしていると滅びますという意味なのでしょうか。
そうです。
簡単なことです。
勝つと思えば負けるからです。
私の小説の主人公のオンナ社長が目指していることは、世界のオンナが辛い

から少しでも助けになりたいです。そのために、会社をやっています。そして、現在は、１８０００人も社員がいます。彼女は、お金が回らなくなれば取り引きができないことを、承知しています。ですから、現金で仕入れて、現金でお客さまからいただきます。ただ、彼女の会社のお客さまは、すべて、彼女の会社のカードを持っていて、すべての決済は、そのカードによってなされています。支払いと入金のサイトは同じです。月末に締めて、翌月25日に、支払いが実行され、入金が実行されます。
上場する前に、時々彼女を悩ませたのは、あまりのスピードの速さでした。止めずらいのです。お客さんの要請です。お店をつくるのに、売上のお金を使ってはいけないことは、知っていたのですが、時々、資本がなくて、運転資金でお店の建築をやっていました。間違えば、お金が回らなくなります。それも、株を上場することで、なくなりました。資産は資本で賄えるようになったのです。
彼女は、お金が回らなくなることには最善の注意を払いましたが、利益が少なくなることには、何も手を打っていません。利益率を上げることで、会議をやったこともありません。そもそも、彼女の会社には、会議なるものがありません。彼女は、ＯＬをやっていて、会社にはいないのです。パソコンとケータイがなければ、彼女は、ＯＬと社長を兼任することなど、できなかったでしょう。
彼女は、新しい魅力ある商品を創ることにチカラを注いでいます。抜擢する人材も、店長でありながら、スイスのチョココンテストで金賞をもらう人だっているのです。
彼女の会社の商品はすべて新しい魅力に溢れています。したがって、お客さんには、価値を高く見積もってもらえます。しかし、オンナ辛いから会社をやっているのですから、価格はリーズナブルなのです。常に、価格より、商品価値が高いと見られる商品ばかりです。
ですから、利益が少ないからと、考え込んだこともありません。
そして、お客さんが財布を開けてくれるのは、商品を買いたいからだと、彼女はよくわかっています。商品は、ある時点で、商品と物資に分かれました。商品は、新しい生活のシナリオライターであり、物資は、生活の必需品です。彼女の会社では、物資を、一切つくっていません。すべて商品を販売

しています。すべて、自分のお店で販売しています。最も売上が多いのは、レストランの売上です。世界中に多くのレストランを運営しています。多くの美容室も運営しています。ホテルもやっています。旅行会社もやっています。住むところの賃貸もやっています。スポーツジムもやっています。多くの保育園スクールも、世界中で運営しています。
オンナが辛いを助けられるのだったら、市場経済社会の枠組みの中で、あらゆることを、はじめているのです。
利益を上げるために会議をやったことはありませんし、悩んだこともありません。当然のこととして、売上が少なくなって困ったこともありません。売上は、創業以来、毎月、前月を越えています。毎月毎月です。
もし彼女が、「売上がなんと言っても大事だから販売目標だけは達成してよ？」と言ったとしたら、すべてが崩れるでしょう。店長たちは、新しい魅力が創れる人を抜擢してあります。「売上が大事だからね？」こう言った３カ月先には、販売目標を上手に達成させる店長が多くなってしまいます。
彼女は、よくわかっています。売上は、商品の魅力がつくるものであることをです。販売目標のつくり方であったり、コントロールの方法などではないことをです。
彼女の会社には、利益目標や販売目標がないのですから、当然のことながら、売上が、社員の目指すことにはなりません。ただ、昨日の売上は、毎日社内に公開されていて、誰でもが、見ることができます。お茶ボトル毎日４万本を、資本も入っている協力会社とはじめた時は、全社員のパソコンに、リアルにライブで、４万本の何％であるか、ボトルの絵で表現されて、全社員が、緊張してパソコンを見ていたのです。
売上が多ければ、みんなうれしいのは当たり前です。ですから、結果は早く知りたいのです。できれば、リアルにライブで知りたいのです。
結果とはそういうものです。それが結果です。結果を良くしたいから、みんな動きます。
私の小説の主人公と会社の結果の関係は、こういった感じです。結果を楽しんでいるのではないでしょうか。

〇結果はプレッシャーになる

私の小説の主人公における売上は、結果が楽しみなことです。結果が思わしくないかもしれないことを察知すると、自分が出かけます。もちろん、ＯＬもやっているから、時間がないのですが、ＯＬの勤務が終わってから、出かけます。彼女には、結果がよくないかもしれないことを察知して、結果がよくなるように手を打つ天才のような取締役が１人います。ハカセと呼ばれる女性です。主人公の社長は、自分がよくわからないと、「ハカセお願い」と電話をします。

彼女の周りには、特異な特長を持った社員が揃っています。

彼女の会社が発売する商品のすべてがヒット商品になるわけではありません。レストランをオープンしても、閑古鳥が鳴くだろうと予想されるお店もあります。しかし、オープンの時には、お客さんで、いつもいっぱいになるのです。多くの社員が、どうすればお客さんに喜んでもらえるのか、身をもって知っています。マニアルなどないのですが、このケースは、だれを呼べばいいか、みんなが知っているのです。ノウハウが人にくっついています。

現実の現在の日本の会社では、結果は、プレッシャーと結びついています。結果を公表されることは、喜ばしいことではありません。私の小説の主人公のように、１８０００人の社員のように、結果を楽しみにしている人や会社は少ないでしょう。結果が出ることは、言い訳を考えなければならないことであり、新たな目標設定へのプレッシャーでもあります。

私の小説の主人公とその会社の社員は、結果が良い習性の典型ですが、現実には、新たな目標設定のプレッシャーになる、結果が良くない症候群に陥っていることが、ほとんどでしょう。

楽しいことは、何もありません。

楽しくもないのに、なぜ目標を設定して追いかけるような、プレッシャーになるようなことをするのでしょうか。それは、もしそうしなかったら、もっと結果がワルクなると信じているからです。そして、行き場のないくらいに詰まってきたら、やってはいけないことを、人は、やってしまうのです。少しでも、結果を良くしたいからです。もうこれは、人間の、変わらざる弱み

です。昔から、同じことを繰り返してきています。
人間としての修業を積んで、それでも、甘んじて辛苦を受ける勇気がなければ、人は、ゴマカシをやってしまいます。
楽しくなんか、何もありません。現実は、楽しいことは何もありません。映画祭で表彰された映画関係者であったり、今年のノーベル賞をいただいたり、プロ野球の今年の優勝チームであったり、ほんの一瞬の楽しい時間をもらえる結果になる場合もあります。しかし、例外に近いくらいに、少ないのではないでしょうか。
私が書き続けている小説の主人公のように、結果をいつも楽しみにして生きている人など、少ないでしょう。常に、楽しいのです。一瞬の時間などではありません。目標を設定するプレッシャーがないということだけでも、生きている楽しさが１００倍くらい違うでしょう。彼女は、１８０００人の社員に、ゼッタイにプレッシャーを与えないことを、意思強く守っているのです。もちろん社長ですから、自分にはプレッシャーは免れないのですが。
一般的には、プレッシャーが続くと、人は壊れます。壊れない人は、人としての修業を積んだ人に限られるでしょう。
おかしな話ですが、ひょっとすると、日本の人は、幼い頃から、この結果が良くない症候群によって、目標を設定して、プレッシャーをかけて、結果を追いかけるという、おかしなシナリオにはまっているのではないでしょうか。おかしなシナリオのとおりに生きている人が多いのではないでしょうか。
「子どもを持つとお金がかかり、そのお金を用意する自信がない」
「そういうプレッシャーはゴメン」
このように考える人も多くいます。結果が良くない症候群でしょう。
「わたしの子どもだから、きっと、自分の道を切り開いて楽しく生きてくれる」
私の小説の主人公は、こうして、現在５人の子どもがいます。もうＯＬはできないから、お勤めは辞めていますが、子どもが多いほど、それぞれ特長があって楽しいと感じています。彼女と５人の子どもたちの、大事な接点は、彼女は、子どもたちと１対１であることです。特に、子どもが１才になるまでの１年、ピッタリくっついています。母乳です。１才になるまでに、子ど

もたちは、彼女と一緒に暮らすことで、彼女をお手本に、人間としての暮らし方を学習します。１才の誕生日から、子どもたちは、彼女の会社が運営している保育園に通いはじめます。
彼女と子どもたちは対等ですから、彼女は、子どもたちのやることを拒否することはありません。ゼッタイに拒否しないことは、彼女の鉄則です。会社の１８０００人の社員に対しても、全く同じです。
お店を新設したいと電話があって、彼女が、拒否することはありません。計画書や企画書は、もう必要はありません。彼女は、子どもたちと社員のお母さんでもあるので、すべて、信じているのです。間違っててもいいから信じるのが母親です。ただ、ダメそうだったら、彼女は、「ハカセお願い」と電話をするのです。
現実は、このようにはいきません。
「子どもと一緒に暮らす勇気がありません」
そのプレッシャーは、計り知れないものがあります。日本にあかちゃんが少ないのは、結果が良くない症候群の典型です。これからも、解けそうもありません。いくら少々のお金の手当てをしても、ないよりはいいのでしょうが、子どもが少ないという現状を打開することはできないでしょう。プレッシャーを解かなくては難しいでしょう。
プレッシャーは、子どもを産んで育てるプレッシャーだけではなくて、母親や父親として生きる、自分のプレッシャーも大きいのですから、あかちゃんが増える施策というのは、ホントに難しいことがわかります。
子どもにとっては、生まれてみて、やりたいことと拒否の連続です。もともと、毎日毎日新しいことが現れるのが、あかちゃんの生活ですから、試してみたいのですが、ほとんど、大人に拒否されます。階段だって登れることはありません。誰もいない時に、やってみて、ころげ墜ちたらタイヘンです。フェンスかなんか設置されます。
この大人によって拒否され続けることは、大人になって仕事をはじめても、なんら変わることはありません。誰かに承認をもらわなければ、なにも行動できません。会社の車を運転することだって、承認を必要とするのです。出張に行くことだって、会社から外出することだって、お金を使うことだって、新製品の開発を進行させることだって。

私の小説の主人公のオンナ社長は、いくら新入社員でも、自分と社員は１対１だと思っています。すべての責任は自分にあるのですから、社員が、何かを、自分や上司に承認を求めることがありません。起案書もなければ稟議書もありません。承認を求めるべき書類が何もありません。
ただ、彼女の会社の１８０００人の社員がみんな承知しているのは、「これは社長に知らせておいた方がよい」と感じることです。みんなが、「これはハカセに頼んでおこう」というように、自分だけでは動かしにくいことを、事前に、調整するのです。しかし、社長である彼女が知らないことがいくつもあります。世界で、数千のお店をやっているのです。そのすべての店長から電話があって、「あんただれ？」、この一言で、すべてが崩れることもよく知っています。このネットの検索エンジンのような彼女の能力も、すごい特長です。
ですから、彼女は、ゼッタイに拒否しないを、貫けるのです。５人の子どもたちも、すべて、事後に知らされることがほとんどです。ある朝突然に、明日ロボットのコンクールに出るけど、見に来るのかと聞かれるのです。彼女は、時間を調整します。「決まってるんだったらなんで早く言わないの！」とは、一度も言った事がありません。子どもたちも、お母さんが来たいだろうから知らせているだけです。親がいなかったらコンクールに出られないわけではありません。子どもたちは相談して、自分たちでコンクールの場所を調べます。
現実は、このようにはいきません。
拒否されることを突破しなければ、何もできません。
起案書の承認欄にハンコがなかったら、行動することができないのです。目標や目的を、誰が見ても納得のいくように書かなければ、ハンコをもらえません。ハンコを押す方も、ハンコを押したがために、自分に責任がふりかかってくるのですから、慎重になります。どこからどう考えても、納得のいく目的や目標や計画を求めます。
バッカじゃないかと思うのです。私がこう言うと、怒る人もいるでしょう。このシステムを守っている人にとっては、私が、バッカじゃないかと思われるでしょう。
これはすごいことなのです。結果が良くない症候群では、任せるとか信頼す

るとか、そういう言葉が、重みを持たなくなるのです。
私の小説の主人公は、子どもたちが小学校に行くことを、心配しています。彼女の子どもたちは、あまりにも、自分の思っていることができる状態だからです。次女は、今小学校２年生ですが、彼女が小学校に行く時に、ものすごく心配しました。彼女は絵本を何冊も描いています。絵本作家から挿絵を頼まれたりしています。保育園から小学校に行く時期にも、かたつむりの挿絵を、10万円でいいかと言われて、売っています。もちろん、事後報告です。主人公の彼女は、次女が小学校で、授業がおもしろくなかったら、絵本を描きはじめるのではないかと心配しました。実際には、そのようにはなりませんでした。次女は、「絵本を描きたいけど先生が困るから」と言います。
大人が教育をしないと、社会の常識を得られないと、フツウは考えます。主人公の彼女は、子どもは、お父さんやお母さんをお手本にして社会性を学ぶと考えます。教育ではないと考えます。だから、１年間は、ピッタリ一緒にいます。主人公が、次女は、おもしろくなかったら、絵を描くのではないかという心配も、実は、もう心配する必要がないことだったのです。
彼女は、会社においても、同じようにします。会社に、教育プログラムなるものがありません。社員は、教育でチカラがつくものではないと思っているからです。人材がいなければ新しい仕事をはじめないくらいに人材を大事にしますが、人は、お手本とモノとコンセプトによる学習によって育つと考えています。
現実の日本の学校では、子どもを拒否しなければ、クラスという集団を維持できません。集団を維持できなければ、日本人として、小学校３年では、ここまでわかっててほしいと、教育できないことになります。私の小説の主人公の次女のように、先生が困るから、クラスの進み方に従うという判断は、フツウでは、できません。拒否されて、ダメだと言われて、やらなくなるのです。国語の時間に弁当を食べてはいけないのです。
もっと大きくなると、国語の漢字のテストがはじまります。もう、このへんから、目標をつくって、達成できるように勉強してという、ＰＬＡＮＮ→ＤＯ→ＳＥＥ→ＣＨＥＣＫ→ＡＣＴＩＯＮの道を、教えられます。クラスで10番ですが、６年生になるまでに、６番になろうとするのです。それが現実で

す。
大学に入っても、この、結果が良くない症候群の、目標設定とそのための行動という考えは、変わりません。
人間に備わった凄い能力の１つは、生き残ることに知恵を使えることです。向こうから猛スピードで自転車が来たら、とっさに、どう避けるのか、知恵を働かせて考え、行動に移すことができます。一瞬です。テニスのボレーを、一瞬に、知恵を働かせて、ラケットの角度を決めて実行します。
ながく学校で勉強することは、多分、知恵ではなくて、知識でしょう。インターネットが普及して、知識は、ながい時間をかけて学校で勉強することではなくて、必要な時が来たら、インターネットで勉強すればよい時代に、変わろうとしています。
私の小説の主人公のオンナ社長は、次女が、まだ小学校２年生なのに、絵本作家から、かたつむりの挿絵を頼まれることを、好ましいと思っています。それは、知識や教育とは違う、人の特長を学習によって、得ていくことだからです。ちなみに、次女のお手本は、母親でも父親でもなく、保育園の保育士さんでした。
やはり、学校は、変わらないといけないのでしょう。知恵を発揮できる人になれるように、変わらないといけないのでしょう。知識など、どうでもいいと言ったら怒られるかもしれませんが、頭脳は、知識を覚えるためにあるのではなくて、とっさに知恵を働かせるためにあるのですから、それでいいのでしょう。忘れてはいけないプレッシャーなど余計なことです。
現実は、どう考えても、知識的で、目的や目標重視で、結果が良くない症候群の中にいます。
大事なことは、幼いころから、こうやって育っているということです。固定観念になっています。

〇売上を目指すと滅びる

幼いころから、拒否されてきて、動ける範囲や考えの枠を定められて、教育のカリキュラムというものもあって、更に、自由な発想なるものから遠くなってきて、知識競争の試験があって、試験の序列に意味があって、その結

果が重要な意味を持つことがわかって、結果を少しでも上げることに、目標とか目的の概念があることを知って、目標がしっかりしていれば、序列を３つ上げることだって夢ではないことも知って、このやり方が、現代社会の１つの成功の方法であることを知って、それが固定観念になっているのです。ほぼ、日本の人の大多数の固定観念です。
結果が良くない症候群下での固定観念というところが、ミソです。
みなさん、成功の１つの方法だと思っているのに、結果が良くない症候群と言われているのです。
「売上を目指すと滅びる」
言いかえると、「結果が良くない症候群から脱出しないと滅びる」と言っています。「結果を目指すと滅びる」と言っています。どれも、同じ意味です。
多分、よく理解してもらっていません。
「試験勉強をすると序列がビリになる」
こういうニュアンスに聞こえるのでしょう。
昔、日本では、冷蔵庫をつくってもつくっても追いつかない時代がありました。いくら工場を大きくしても、ダメでした。会社もたくさんできました。テレビだって同じです。電器の会社も、工場をたくさんつくりました、自動車も、ある時期から、つくってもつくっても追いつかなくなりました。
生産計画をキチンとしないと、部品の材料を輸入することだって、タイヘンになりました。鉄鋼の会社も、工場をいくつもつくらなければなりませんでした。
その頃、学校では、今と同じです。学校は、昔から、平均を引き上げることが目的でしたし目標がありました。かって、木戸や高杉や伊藤達が育った塾とは、違います。いいワルイではなくて、そうなっていました。今でも、日本の学校は、同じです。個性が取り上げられたりしますが、難しいでしょう。知的レベルの平均が引き上がったら、ＯＫです。知恵ではありません。知恵のレベルを引き上げるのでしたら、もっと、ノーベル賞の受賞者が多くなっていたでしょう。
学校は、結果が良くない症候群ですが、産業界は、結果が良くて、結果が良くない症候群を無視しました。キチンと目標をたててと言われましたが、つ

くった目標を、すぐに棚上げしないと混乱しました。現状にリアルに対応することが大事だったのです。
一時期、日本で、冷蔵庫が、毎日いくら生産されているのか、リアルにはわからない時期もありました。それくらいに、忙しかったのです。必死に働きました。冷蔵庫の話ばかりしていますが、生活が向上しているのですから、何でもが、つくってもつくっても追いつかなかったのです。
今は、上海地域が同じ状態なのでしょう。細かい目標をつくっても発表などできないでしょう。どんどん変わっていくのでしょう。
日本の場合は、生活の向上が一息ついて、生産が落ち着いて、生産し過ぎて価格が下がってきて、一気に、結果が良くない症候群が浮上しました。もともと、学校には、昔から、結果が良くない症候群の材料があるのですから、目標をキチンとたてて、たとえ３％でも、生産が増えるようにガンバリましょうになっていったのです。
ただ生産することだけだったら、中国は、世界の生産工場になりますという、目指すものをつくった方が、わかりやすいでしょう。一気に、日本は、追い抜かれています。もう生産で、中国を再度追い越すなど、難しいと、誰もが思っています。結果が良くない症候群の気風の中では、難しいでしょう。発想を変えれば、難しいことではないのですが、マクロで捉えると、誰もが、「もうムリ」と言ってしまいます。
多分、インドにおいても、よく見えませんが、細かい目標をつくっても、あまりにも変更が多過ぎて、リアルに対応するしかなくなってきているのでしょう。
私の小説の主人公であるオンナ社長は、年度経営計画をつくりません。販売目標もないし、予算制度もありません。中期経営計画もありません。どうせつくってもそのとおりにいかないのに、時間のムダだと考えるのです。
結果が良くない症候群では、目標に合わせるように行動することが○です。バッカじゃないかと思うのです。目標は手段です。行動にジャマになるんだったら使わなければいいのです。彼女は、社員に、もっとリアルに対応する技を身に着けてほしいのです。机上でものを言わないでほしいのです。彼女は、常に、現場で物事を決めます。それは、オンナ辛いから会社をやってるという、彼女の会社の目指すもののために、現場に出かけています。彼女

には、社長室もないし経営企画室もありません。彼女には、スタッフがいません。そうではなくて、社員の１８０００人全員が、彼女のスタッフです。８００室のナイアガラのホテルを任せられる社員がいます。ホテルのオーナーから運営を任せられるのです。彼女の会社のホテルの一員にしてくれと依頼されます。ナイアガラの彼女は、まだ24才です。主人公の彼女は、あなたが失敗したらわたしがナイアガラに行くからと言って、その日のうちに、メールで、経営会議をやってしまいます。こういうことが、目標として、あらかじめ考えられるとは思えないのです。今日、いきなりやってきます。それは、24才の、ナイアガラの社員の信頼感や誠実さや知恵力や実行力や責任感によるものです。机上で、数字を並べても、何にも意味もないことを、主人公の彼女は、よく知っています。
現実では、３％売上を伸ばす目標を掲げたら、３％伸びたら○で４％でも２％でもバツだと、おかしな議論になったりします。もう、市場経済社会での会社の役割など、どこかへ飛んでいます。もう、目標達成の技術論になってしまいます。そんなことどうでもいいでしょ？
彼女が、売上を目指さないのは、売上を目指してはいけないと自分に言い聞かせているのではなくて、当たり前のように、そうしています。来年度経営計画書なるものがありません。つくっても、どうなるかわからないのです。会社としてはつくりません。しかし、彼女は、もしナイアガラの８００室のホテルが閑古鳥が鳴く状態になれば、どうするか、事前に考えておかないといけません。考えています。「ハカセお願い」も、８００室のホテルでは、どうにもならないでしょう。彼女は、彼女だけにしかわからない、シュミレーションをしています。「もしもの時のために対策を検討しておいて」などとは、社員には言いません。社員は、それどころではありません。彼女の会社のカナダツアーのトロントの宿だって探さなければなりません。次から次に、新しいことがはじまってしまうのです。
彼女は、よく知っています。１件１件細かい計画をするより、オンナ辛いからに該当しないことはやらないと決めておくことの方が、大事だということをです。だから、オンナの居酒屋を、名古屋からはじめたら、銀座にもつくるはめになるのですが、そうかといって、オトコの居酒屋はやりません。オンナの居酒屋にオトコが来ると入れないのではなくて、オンナの居酒屋なの

です。したがって、ナイアガラの８００室のホテルは、オンナのホテルなのです。
１８０００人の社員が、自分たちの目指すものに向かって、動いています。もし、目指すものが、オンナの居酒屋だったら、美容室もできていなかったでしょう。あまりにも曖昧だと、みんな、なにをやっていいのか困ります。あまりにも具体的だと、狭い枠に縛られてしまいます。適度に良い目指すものがあります。「オンナ辛いから」は、主人公の彼女にとっては、一瞬に決めたことでありながら、ベストに近かったと、今は感じています。
彼女の会社には、社員が１８０００人もいるのですが、会計は、１人しかいません。財務もやっています。今は、上場をして、お金が余っていますが、上場する前は、お金を銀行から借りるのに、困っていました。彼女の最大の弱点は、資金調達でした。
来期の経営計画がないのですから、銀行の担当者が困ります。「これでは銀行内を説得できない」と言います。仕方なく、彼女は、結果予想をつくります。彼女にすら１年後の結果など、想像もできません。毎日毎日、最高を繰り返しているのですから。「経営会議で承認を受けてください」そう言われて、メールで、経営会議をします。こういう仕事を、社員にさせないのです。彼女には、ネットさんという、凄腕のコンピュータ処理の達人もついています。社員ですが、インドのバンガロールに１人で住んでいます。主人公の会社の社員です。最近、バンガロールに、はじめて、彼女の会社のホテルとレストランができました。ネットさんは、バンガロールに住みやすくなりました。バンガロールに、旅行や出張をする女性の、安心して泊まれるホテルになったばかりです。
そんな凄腕のネットさんは、主人公の会社を、すべて、オンラインでリアルタイムに動かしていて、会社には、現金なるものがありません。すべての決済は、専用カードでなされるので、社員は現金を見たことがありません。フランクフルトにもホテルがあって、レストランがありますが、みんな同じ方式です。ネットさんは、資金の動きと予想を、主人公が、あるキーワードを入れれば、ネット経由で、計算して、送ってくれるシステムだって、つくっています。凄腕なのです。ですから、１８０００人も社員がいるのに、会計の仕事の担当者は、１人しかいません。最近、４人体制にしました。そし

て、北京に、中国の会計の担当者がいます。
今は、上場して、資金に困らなくなって、彼女の最大の弱点もなくなりました。銀行も、「わたしの個人的な予想ですけど」という、今期末のＢ／ＳとＰ／Ｌの予想を、銀行社内で使ってくれるようになりました。四半期でも、わたしの予想を出しています。ネットさんのシステムから、自動で出しているようなものですが。
私の小説の主人公のオンナ社長は、会社が崩壊するシナリオを、次のように予想しています。会社が滅びるシナリオです。
すべての弾きがねは、自分にあると思っています。自分の考えであり、自分が発した一言であり自分の動きです。
自分のよろいに最大の注意を払っています。「女性経営者今年度最優秀賞」なるものも、辞退します。そういう肩書が、自分のよろいになってしまうからです。彼女は、小さい頃から、必死になって身に着けてきた、よろいを脱ぎ棄てるのが、タイヘンだったのです。成功したいために、大学の食物科を卒業したのですが、立派な会社に就職したのですが、今から考えると、単なるよろいに過ぎませんでした。自分の身体にくっついているものは、何もありませんでした。
今は、全く違う人になっています。ハダカで暮らしています。５人の子どもとうまくいくのは、子どもには、よろいがないからだと思っています。いいものはいい、スキなものはスキ。嫌いなことは嫌いなのです。本当は嫌いなんだけど好きと言わないと都合がよくない、などとは考えません。彼女は、シンプルな思考をするように、変わったのです。彼女が感じることは、ほぼ、外れなくなったのです。彼女の会社のチカラは、１８０００人の社員の、よろいのない感性や技です。そのよろいを崩すのは、権力者である自分しかいないと考えているのです。
１８０００人の社員は、みんな、彼女を見ています。彼女をお手本にして働いていますし生きています。具体的な仕事の技は、お店の店長であったりですが、自分が会社を通じてやるべきことなどは、みんな、彼女を見て、お手本にしているのです。
自分によろいができると、よろいを守るために、やってはいけないことを、やってしまうのが、人というものです。会社の不正は、これ以外にはありま

せん。会社のよろいです。
「売上が公表した目標に達成しない」
「前年割れになってしまう」
昔は、税金を払いたくないから、利益を縮小する技が、幅をきかせました。最近は、そういう景気の良い話は聞きません。結果が良くない症候群なのです。株価を高く維持するためには、自分の社長の成績を確保するためには、ダメなモノを立派に見せる技が、幅を効かせるのです。
彼女は、自分によろいができて、「わたし恥ずかしいからさ〜なんとかして？」と、社員に言ってしまう自分を恐がるのです。以前の自分に返るのが恐かったのです。このことは、彼女以外には、誰も知りません。彼女の苦悩でもあります。しかし、彼女は、１８０００人も社員がいるまでになっても、よろいを、着る様子がありません。
彼女は、駅でのビラ配りが得意です。お店のオープンをお知らせするビラです。彼女は、30分もあったら、段ボールいっぱいのビラを配り終えます。５人も子どもがいますが、キレイです。社員は、オトコにも配るからでしょ？と言います。「じゃ〜一緒にいて」と言って、やはり、30分で、女性ばかりに配ってしまう技を示すのです。
彼女の会社の１８０００人の社員は、社長なのに、駅でビラ配りなんかしなくて、と言う社員は誰もいません。彼女には、よろいがないのです。ロンドンのピカデリーサーカスのお店をオープンする時も、彼女は、ピカデリーサーカスでビラを配ったのです。
「わたし得意だから」
そう言うだけです。
彼女は、自分がよろいを着ないでやっていける限り、会社が滅びないだろうと思っています。
「前年割れなんかわたし恥ずかしいからさ〜先週表彰されたばかりじゃない」
彼女は、会社が滅びる弾きがねは、すべて、自分によろいができるからだと思っているのです。権力者である自分のよろいは、会社のよろいになってしまいます。
「どんなことがあっても販売目標達成してよ？会社が恥ずかしいからさ〜」

になってしまいます。
「赤字になるの？ダメだよ〜わたし恥ずかしいもの」
「赤字だけはダメだよ？売上前年割れは仕方ないけどさ〜この景気だから」
「いじれるとこいっぱいあるでしょ？やって？」
彼女は、昔の自分が出てきてしまうんではないかと、恐がっています。
「え？新聞に取材されちゃったの？なにやってんの？」
「販売目標どころじゃなくなった？諦めないでよ〜」
「誰か責任取らせないとさ〜わたしに及んじゃうわよ」
彼女は、社員に、プレッシャーが何もないように、考えてきています。販売目標もありません。利益目標もありません。予算制度もありません。みんな自分で考えて自分で動きます。ですから、社員のよろいが大きくなって、プレッシャーになることは防げると考えています。
しかし、彼女には、大きなプレッシャーがあります。逃れることができないものです。すべての責任があります。ですから、会社を滅ぼすものを引き入れるのは、自分以外には、あり得ないと思っているのです。
彼女は、１８０００人の社員のお母さんです。もちろん、５人の子どものお母さんです。お母さんは、みんなのゼッタイ的な味方です。子どもたちは、それを疑ったりしません。たとえ失敗したとしても、責めることはしません。失敗した理由を話してはくれますが。みんなは、お母さんからの電話を楽しみにしています。１８０００人もいるのですから、全員に電話をすることができません。彼女に代わって、みんなのお母さんをやってくれる人も、抜擢するのです。みんなのお母さんができて、みんなの技のお手本ができれば最高なのです。
つまり、彼女は、愛が大きければ滅びないけれど、よろいが大きくなれば滅びると思っています。愛が１００だと、よろいはゼロですが、よろいが１００だと、愛はゼロです。
そして、そのよろいが大きくなった時、舞台の幕が変わると思っています。ゴマカシの舞台に変わると思っています。よろいで会社が動いてしまうことです。
舞台がよろいの舞台になった時、自分には、それを改革するチカラがないと考えています。坂本龍馬や高杉晋作の凄さは、江戸幕府が、よろいの舞台に

なり切っているのに、それを改革したことです。命を失うことは当然であったとしても、改革できると信じるチカラが、どこからくるのか、不思議です。彼女は、そう思っています。
ですから、自分がよろいを着て、会社が、愛よりもよろいに支配されたら、自分には、どうしようもないと思っています。もう滅びる以外にないのです。
ホントは、彼女は、それでも戦えるチカラが欲しいのです。坂本龍馬や高杉晋作のチカラが欲しいのです。しかし、まだ自分には、遠い先のように思えるのです。修業が足りないと思っています。
現在の日本の現状に置き換えてみると、非常にわかりやすい話になります。
「売上を目指すと滅びる」
次第に、滅びに近づきます。売上を目指すのは、よろいがあるからです。
「どんなことがあっても98％達成以上にしろ」
「いろいろあるだろう」
「このままではあなたの事業所の利益目標は達成できません」
「２月に人事異動ありますので」
様々な、滅びる前の言葉があります。一般的には、聞き慣れた言葉です。
滅びた状態を、存在感がゼロに等しくなったと解釈すると、日本には、滅びた会社が、数多くあります。もしかすると、会社の90％くらいは、滅びている会社なのかもしれません。
市場経済社会での会社は、市場経済社会という会社の、１つ１つの細胞を表わします。人間ですと、60兆個もの細胞で、身体が成り立っています。その60兆個もの細胞の１つ１つが、新鮮で新しい細胞であれば、若々しい身体ということになります。60日くらいで、すべての細胞が入れ替わることです。身体が衰えると、90日もかかったりします。そして、１２０日になります。
日本の市場経済社会という、少し大きな視点で捉えるならば、新陳代謝が早いほど、勢いのある若い経済社会ということになり、望ましいことになります。現状は、60日が70日になり、80日になって、１００日になってきています。もう、日本の市場経済社会は、回復が不可能だと、みなさん感じているでしょう。
そして、滅びていると同義の状態になるのではないかと心配している人が多

くいます。
以前に、「経済大国２位は死守したいものです」と、誰かが言っていました。もう、滅びの言葉です。「売上を目指せば滅びる」のです。日本の市場経済社会が目指すことは、「世界60億人のお客さんに、日本の市場経済社会は、頼りになる、と思っていただけるようになりたい」といったことなのです。
経済成長率何％を目指したら、ゼロになるのです。ゼロではなくてマイナスになります。
会社の方がもっと簡単に崩れます。
「売上を目指したら滅びる」のです。

打開の道はあるのか

〇学校が問題だ

さて、ここからが本題です。

「売上を目指すと滅びる」はいいのですが、なんとかなるのでしょうか。

今だって、すべてと言ってもいいのですが、会社は、売上を目指しています。売上を目指さない社長がいたら、株主総会でクビにされます。それなのに、「売上を目指すと滅びる」のです。

これは、人の本質なのでしょうか、一時的な21世紀の出来事なのでしょうか。

これは、人の本質です。だから、どうにもなりません。ゼッタイに、滅びるようになっています。例外がありません。

私の小説の主人公のオンナ社長は、例外などないことに、果敢に挑戦していることになるのでしょうか。

そうです。

過去から生き残ってる会社があれば、挙げてください。

日の出の勢いの、インターネットの検索会社も、「売上を目指して滅びる」のでしょうか。そうです。間違いありません。60年後かもしれませんが。インターネットに替わる、新しいメディアが出てきて、インタネットが滅ぶと同時に、現在の日の出の勢いの検索会社は、「売上を目指して滅びる」のです。

「売上を目指すと滅びる」という意味の中に、現在の枠組みから出られないからという意味があります。通常は、インターネットが負けるなど考えませんので、その枠組みの中でしか、何も考えないからです。

今の世界の自動車の会社で60年後も滅びない会社は、ゼロでしょう。

60年後には、ガソリンでもない電気でもない、全く別の動力によって移動する便利なモノが現れている可能性があるからです。多分、それは実現できるでしょう。

人は悲しいけれど、純粋になる方向で生きてしまいます。自動車は自動車で

す。造船の会社が、海を移動するだけではなくて陸も移動すればいいではないかとは、考えません。考えれば、造船の会社が、技術的には、自動車の会社になっていたのです。造船の会社は、紅海の塩にも強いなどと、純粋になることを考えてしまうのです。それが、人の本質だから、当然のことをしているだけです。もし、飛行機の会社が新幹線をつくれば、すごい新幹線ができるのでしょうが、そうはいきません。空に対して、純粋になろうとします。いいとかワルイではありません。人は、そのようにできています。
そして、いつか、結果が良くない状態に陥った時、「売上を目指すと滅びる」局面が訪れるのです。例外なく。そして、会社は滅びます。滅びるとは、存在感がゼロに等しくなることです。
人は、どうにもなりません。結果が良くない症候群に陥ると、結果を、目標という言葉に置き換えて、目指してしまうのです。
滅びることなど知る由もなく、無意識に、そこに向かってしまいます。
戦っても、同じことをします。勝ち続けていたのに、どこかで負けた瞬間から、勝つために目標をつくってしまいます。勝つ目的もつくってしまいます。そして、考えられないようなことを、やってしまうのです。そして、滅びます。例外などありません。よろいです。またよろいを脱ぎ棄てて、生まれた時のように、最初から学習し直すことなど、できないのです。
学校が問題です。
学校へ行っている時に、この、結果が良くない症候群のクセがついてしまいます。
なぜかというと、学校には、結果という概念しかないからです。成績という概念でも同じです。成績という概念からはじまります。
世の中に、成績からはじまるようなものは、何もありません。工場で仕事をしても、流れてくる歯ブラシを、まとめて、箱に詰めたという、作業があります。その結果の成績があります。今日は、９個しか入っていない箱が、１つしかなかったのです。よい成績でした。
学校では、何もありません。試験があっただけです。作業をしていたわけではありません。他者のために何かをやったわけではありません。ごはんを食べて成績があるようなものです。
しかも、その成績をもっと上げるために、目標なることばが登場します。

何かをやり遂げるには、目標をしっかり持って、その目標が達成できるようにガンバって、というステップなのです。何でも、これで、うまくいくと考えてしまうのです。
私は、ヒット商品の曳き人もやっています。どうしたらヒット商品はつくれるのでしょうかと聞くと、必ず、こういう答えが返ってきます。
「プランをしっかりたてて目標をつくります」
私は、もうダメだと思ってしまいます。結果が良くない症候群の枠内でしか、思考できないようになっていると思うからです。
「差別化です」
こういう答えもあります。
結果が良くないから差別化しなければならないと考えるのです。
せいぜい、ここまでです。
桑田さんや宇多田さんや八代さんやミスチルに、差別化などと言ったら怒られます。そういうことではないことを、実際の生活ではやっていながら、個性的な魅力をよくわかっていながら、差別化と言ってしまうのです。
まるでおかしいのです。
何かがおかしいと考えざるを得ないのです。
やはり、これは、学校です。
学校に深く係っていると、魅力がわからなくなります。３％目標をアップする手法を身に着けてしまいます。いいとかワルイではなくて、そうなっているとしか、考えられません。失礼なのですが、桑田さんや宇多田さんやミスチルが、学校に深く係っているとは思えないのです。
学校には、現在、多くの研究所と人材がいます。ものすごい予算もあります。学校に深く係ると魅力がわからなくなるのでしたら、多くの研究室から、ヒット商品や、世界に貢献する技術など、出ないということになります。人の生活に魅力的な商品や技です。ただの技でしたら、たくさん出るのでしょう。ただの製品だったら、たくさん出るのでしょう。タケノコのように、たくさんです。そして、論文も、たくさんでしょう。
歌も、魅力的という鏡を外せば、ゴミのように、数多くあります。なんでも同じです。
誰かが、１００万枚売れる歌を創ろうと思ったら、明日から、五線には、何

も描かれなくなるでしょう。学校は、そこからはじまっているから始末がワルイと思うのです。
学校の、何もやってないのに、成績があって、目標を定めたがる習性を、不思議だと思う人が、もっと出ないといけないでしょう。
お笑いの人に、芸を見ないでギャラを決めることなどありません。おかしいのです。
どうすればいいのでしょうか。
何もしないのに成績がある不思議さのためには、学校は、何かをするところに変えるしかありません。算数や国語など、一般常識が必要でしたら、講座があればいいのでしょう。成績などなくてもいいのでしょう。
主たるテーマは、何をする学校かということです。
私の小説の主人公のオンナ社長の次女は、まだ小学校２年生ですが、すでに、かたつむりの絵本の挿絵を頼まれて、10万円で売りました。多分、絵本や絵画の学校があって、算数も国語も英語もあって、理科も社会もあれば、そっちに行くのではないでしょうか。主たるものが異なるだけで、大きく変わるわけではありませんが、算数や国語の成績に意味がなくなることだけは、グッドではないでしょうか。競争は、何も生みません。相対的成績も何も生みません。結果が良くない症候群の手法に過ぎません。
アインシュタインが学校に深く係らなかったから良かったと言ったら、怒る人がたくさんいるのでしょうが、事実でしょう。
学校が、なぜこうなってしまったのか、結果が良くない症候群の手法を勉強するところになってしまったのでしょうか。
学校は、そもそも、権力者の考えを教え込むために生まれた制度です。権力者にとって、大きくなった時に、都合のよい人になって欲しいからです。徳川幕府にとっては、経済発展のためには、民力を上げなくてはならず、武士の子息だけに学校で勉強させるのではなくて、町人などにも、民力アップのための教育をしなければなりませんでした。吉田松陰がやったことは、例外です。
学校は、平均的に民意が上がればグッドです。民力が上がればグッドです。事実そうなりました。日本は、平均的な生活者の民力が高く、理想的な、生活者です。

それだけで良かったのではないでしょうか。
生活者がグッドである社会は、素晴らしい社会です。
なぜか、平均的民力をアップする学校で、リーダーの養成も兼ねてしまったのです。そう思えるのです。序列をつける風習にはまってしまったのです。平均的民力を上げるのでしたら、競争や序列は必要ありません。これは、明らかに、権力の要請が、変わってしまったのです。
おかしなものです。せっかく士農工商なる身分制度をなくしたのに、学校の成績という序列をつくろうとしたのです。坂本龍馬も高杉晋作も驚きです。もう、ここから先は、現在に繋がっています。大学だって序列があります。高校だってそうです。人は、ある意味で、一生、学校時代の成績に、翻弄されるのです。
学校では、何もしないのにです。頭と紙だけなのに。すごいおかしいのです。人に序列をつけないといけないから、学校が、なにもないのに、成績をつけはじめたと、考えればよいのでしょう。誰にとって都合が良かったのでしょうか。
何もしないは、結果が良くないと同じです。
詩を書いたわけでもなく、絵を描いたわけでもなく、曲をつくったわけでもなく、茶碗を焼いたわけでもなく、イスを木工したわけでもないのです。ただ、頭と紙です。23才くらいになって、やっとビーカーを振ったりしますが、もう、何もしなくても成績があることは、身体にくっついています。ムリなのです。何もしなくても成績がある、つまり、結果が良くない症候群は、ほとんどの人の身体に、くっついてしまっています。
私が、ヒット商品の曳き人もやる時、多分、この先、会社は苦労すると感じるのです。市場経済社会の細胞である会社がこうですから、日本の市場経済も苦労すると思うのです。
経済成長率○%を維持、といったことに、一喜一憂する苦労です。結果は良くないけど、少しでも、成績を上げたい症候群に苦労すると思うのです。
私の小説の主人公のオンナ社長は、結果が良くない症候群の手法を、一切、会社に持ち込みません。
目標という言葉も目的という言葉もですが、販売目標や経費予算もつくりませんし、成績という概念もありません。

お店別販売目標達成ランキングといたことを、経営コンサルタントから提案されます。これをはじめた会社の成績が、みんな良くなると示されます。５年続いた会社があるのかと聞くと、答えません。
「会社が潰れたんでしょ？」
彼女は、冷たく言い放ちます。くだらないから、会わないようにしています。コンサルタントをたくさん紹介されるのですが、彼女と考えが一致することは、ありません。
彼女は、会社で売っている商品のランキングは、公表しています。有料サイトで公表しています。マーケティング情報として、買っている会社が、多くあります。しかし、お店別のランキングは、どこにも公表しません。社内にも公表しません。競争の風土が生まれるのを避けるためです。
彼女が１番気にするのは、社員の評価です。成績です。１８０００人もいる社員をどう評価するのか、評価しようとすると、なんらかのモノサシをつくらざるを得なくなります。そうして、公平とか平等とか、おかしな考えに入っていきます。彼女には、ノウハウの概念しかありません。ノウハウは、それを持つことだけが益を生むモノで、人が、固有に持つものだと、彼女は考えています。したがって、１８０００人の全員が、どのようなノウハウを持っているかが、興味の対象です。彼女だけではなくて、社員全員が、お互いに、興味を持っています。
現在、彼女の会社のレストランの仕事は、世界で、すしと和食のお店が、自然にタケノコのように増えています。彼女は、世界の漁港に出向いて、協力者を探します。魚をキチンと考えられるノウハウを持っている社員や協力者を、多く抱えています。
料理アカデミーという料理の学校も仕事の一環として持っています。彼女の会社で働きたいために、料理アカデミーに入学したい女性が数多くいます。彼女の会社で働きたい理由は、彼女の会社が技を重視しているからです。ノウハウです。みなさん、自分が向上したいから彼女の会社で働きたがります。成績がどうとか、考えてはいません。
彼女の会社では、定期採用なるものがありません。毎日毎日、社員が増えています。彼女の会社が運営している学校に在籍したまま、採用になって、働きながら学校へ通う人もたくさんいます。学校の掲示板には、毎日のよう

に、応募要項が貼り出されます。
１８０００人も社員がいますが、自分の成績なるものを見たこともないし、会社が成績をつけていないことを知っています。あるのは、どういう技を学習しているか、取得したかという情報だけです。
新入社員で彼女の会社に入った時、一様に、とまどいます。
報告書もなければ、自分の目標なるものを書かされることもありません。もちろん、タイムカードもないし、マニアルも何もありません。就業規則もありません。あるのは、採用時に、彼女と交わした契約書だけです。契約書には、具体的な社員の役割と仕事内容と年間報酬が、相談して書いてあります。
それしかありません。
仕事が常に膨らんでいて、実習生なる制度もありません。新入生たちは、会社が運営する学校時代を、有益に過さないと、働きはじめて困ることを、承知しています。
それでも、新入社員たちは、とまどいます。誰も、命令しないからです。責任者がいますが、責任者は、みんな、新入生のお手本です。命令する人ではありません。契約書に書かれてあることを、自分で自発的に発揮しなければ、チームがうまく回りません。みんな、自分なりのノートをつくっています。自分で学習しないと、与えられるものが、何もありません。しばらくとまどいますが、自分の身体そのものが、会社にとっての売り物であることを知るまで、けっこう時間がかかります。スイスのチョココンクールで金賞の社員もいます。金賞の社員がいるから、彼女の会社のバレンタインの売上は、天文学的な数字になってしまいます。感性が素晴らしいのです。金賞がすごいのではなくて。料理アカデミーには、金賞の社員の弟子になりたくて入学する人もいます。主人公のオンナ社長は、金賞の社員に、マニアルを書く指示などしません。社内に公開している、研究ノートに、金賞の社員は、チョコづくりという、研究過程を掲載するのです。
新入生たちは、幼い時からやってきた勉強するという習性とは違うことを、彼女の会社に入社した時から、はじめることになります。
新入生たちは、何かしらの評価をされないと、成績をもらえないと、自分の道を定められないのですが、店長など責任者は、なにもしません。それでも

すぐにわかります。彼女の会社のほとんどの社員は、お客さまと対しています。会計や総務人事などの社員は少ないのです。お客さまと接しないスタッフは、ほとんどいません。お客さまは、自分を評価しているようなものです。自分の身体にくっついたものが、売りモノになるのかどうか、すぐにわかります。
新入社員でお客さまと対応して、自分に買ってもらうものがないことに、愕然とします。しかし、同じ社員ですが、自信を持って対応している人もいることがわかります。
主人公のオンナ社長には、ヒエラルキーなる概念がありません。権力構造を持っていません。１８０００人の社員が働いてくれているのは、自分の考えに共感してくれているのであって、自分の権力に従っているのではないと考えています。したがって、保育園も運営していますが、保育士は、先生ではありません。さんです。学校も運営していますが、先生ではありません。教授の部屋とは書きますが、呼ぶ時は、さんです。ミスターです。ミスです。ミセスです。彼女は、自分自身も、社長とは呼ばせません。さんです。彼女はさんですが、フツウは、愛称です。取締役の１人は、ハカセです。チョコの金賞の社員は、チョコ娘です。
彼女は、現代は、すべての仕事がサービス業だと思っています。生活者は、サービスを提供する人でもあり、サービスを提供される人でもあるという考え方です。半々だと思っているのです。
私の小説の主人公のオンナ社長は、勉強という言葉を社内では使いません。勉強は、お手本がいない行為だと思っているからです。学習はお手本とモノとコンセプトなので、学習という言葉しか使いません。
学校というところが、勉強であって、その勉強に、成績という結果があることが、おかしなことになっていると考えています。彼女の会社では、５つの学校を運営していますが、すべて学習です。体験実習する場所に欠くこともありません。
彼女には、学校の成績が優秀であったという概念が、よくわかりません。遅刻をしなくて先生の話を聞く態度が良くて試験の結果が良かったのでしょうか。
彼女には、成績が優秀という概念が、会社の社長であっても、ないのです。

「どんなノウハウを持ってるの？」
そう彼女は聞くのです。
「あなたの特長はなんなの？」
「お客さまに何ができるの？」
彼女は、やはり、学校はおかしいと考えてしまいます。学校には、お客さまの考えがないからです。彼女は、オンナ辛いから会社をやっています。オンナが辛くなくなったら会社は閉じると言っています。お客さんは辛いオンナです。学校のお客さんは何でしょうか。人です。植物かもしれません。何かの役にたちたいから学校に行くのでしょう。成績を良くしたいために、結果が欲しいから学校へ行くのだったら、どこかで、自分を見失うのでしょう。彼女は、自分が見失った人だから、よくわかります。
彼女は、学校が時代に遅れていると考えています。確かに学校は、為政者の要請で生まれたものでしょう。為政者が、この国をどうしたかったのかです。
しかし、現代には、為政者なる人がいません。日本にはいません。すべての人は、生活者なのです。為政者っぽい政治家も、選挙に落ちれば、ただの、近所のおじさんやおばさんです。それが現代です。
学校は、そういう現代社会にふさわしく変革を遂げないと、役割を果たせません。
ふさわしい変革とは、何もしないのに結果があるおかしさを止めることでしょう。もう、人は、誰かでもいいし、何か植物でもいいのですが、何かに、自分のノウハウを提供する人であるという概念に変わることです。
今のように、平均的なチカラを上げた多くの中の一人という概念は、為政者とその他の人という概念のままです。
私の小説の主人公であるオンナ社長がいつも聞いていることが、現代にはふさわしいのでしょう。
「どんなノウハウを持ってるの？」
「あなたの特長はなんなの？」
「お客さまに何ができるの？」
ちなみに、彼女の５人の子どもたちは、全員サッカーが好きです。土曜の朝は、全員で早朝サッカーに行きます。土曜の10時半から全員でピアノ教室に

行きます。そして、１時半からプールです。５人が共通していることです。とにかく、おもしろいのです。
９才の小学校４年の男の子は、もう11回目のピアノコンサートをやっています。４人の兄弟が、自分がしっかり聴いてみたいからとはじめたもので、２００円の有料コンサートで、小学校２年生の女の子が、マネージメントをしていて、子ども達全員で、お客さんの世話をしています。大人になったらピアニストになるかどうかわかりません。サッカーの選手にはなりたいのでしょうが。
小学校２年生の女の子は、絵本作家から挿絵の依頼を受けています。自分でも、金魚の絵本を描いて、電子出版をしています。最近は、ロンドンの風景を絵本しています。
５才の保育園の次男は、ロボットに凝っています。もともとは、上の子の電車スキが講じたものです。最近、お掃除ロボットコンテストで優勝しました。彼は、これを30万円で売りました。どこかの会社が買ったのだそうです。彼は、安い高速度カメラを、これで買いました。
３才の次女は、料理に凝っています。自分で、サッカー練習場の近くに、野菜農園を借りています。電子レンジ使いが上手です。まだ小さいので、重い鍋を自在に操れないからだと言っていました。お母さんが社長なので、食事を任されることが頻繁にあります。ほとんどは、お父さんか、次男が手伝います。メニューやアイデアは自分でやりますが、調理は、手伝いがいないとできません。
５番目の男の子は、まだ２才ですが、カメラを駆使します。デジタルになって、カメラが軽くなったことが幸いでした。時々コンテストで入選しますが、２才であることを誰も知りません。
「どんなノウハウを持ってるの？」
「あなたの特長はなんなの？」
「お客さまに何ができるの？」
彼女は、子ども達に、こう聞いたりはしません。しかし、子ども達なりに、よくわかっています。それはお手本が、そうしているからです。
少なくとも、５人の子ども達には、学校へ行くことが自分の仕事だとは思っていません。学校は、みんなで一緒になにかやるためにあるのだと思ってい

るでしょう。お母さんの会社だって、１８０００人も社員がいて、みんなで何かやっています。学校は、みんなで何かやるためにあると思っているでしょう。運動会だってなんだって、みんなで一緒にやります。そこで何をやるのかは、自分の問題だと思っているかのようです。
いずれ、算数や国語や理科や社会や英語に、成績なるものがあって、それがけっこう悩ませるのだとは、知らないかもしれません。今は、１才から自分の財布とケータイとパソコンを持っているので、お金の計算もできるし、インターネットで知りたいことを調べることもできます。上の子が小学校４年になって、「ちょっと来てくれ」がなくなりました。親に聞くより、お兄ちゃんに聞く方が速いのでしょう。
小説の主人公のオンナ社長は、学校の成績が何なのか、よくわからなくなっています。子どもたちは、計算ができないとお金の勘定に困るので、早くから計算ができます。上の子の通知表は、「わかりました」と言うだけです。彼女の子どもたちは、少なくとも、何もないのに結果が示される状況に、すべてを預けているわけではありません。学校に行くことも含めて、自分のやりたいことが、たくさんあります。学校の成績にすべてを委ねるといったことも、あり得ないでしょう。５人は、自分の道を自分で切り拓いて行けそうです。待ち人ではないのでしょう。
学校で、結果が良くない症候群の方法を学んだり、結果が良くない症候群の雰囲気に浸ったとしても、次男は、自分で、ロボットの道を切り開こうとすることは、確実でしょう。問題は、主人公のオンナ社長が、拒否しないことです。次男が、ロボットのコンテストに出展することを、幼稚園だからと言って、拒否しないことです。学校も会社も、拒否が得意です。枠の外には出て欲しくありません。明らかに、幼稚園の子どもがロボットをつくることなど、枠の外です。

〇坂本龍馬と高杉晋作を呼び寄せる

学校が問題です。売上を目指すと滅びるのに、売上目標を１番先につくってしまう習性を変えることができません。何もやってないのに成績が示される不思議さを何とも思わないことも不思議です。何もやってないのに成績が示

されるパターンは、すでに固定化されていて、そのパターンの中で、優秀な成績を収めることが、日本の社会の、報酬や地位や名誉を得ることと繋がっています。このパターンを壊されると、困る人が、現実的に、数多くいるのです。
何もしなくても、成績が良ければグッドな人達は、ものすごい数でしょう。身に着いているのは、２％アップの目標がつくれれば、グッドです。
これからの日本の辛さは、ほぼ、この問題との戦いに費やされる辛さでしょう。
２％アップの目標がつくられるということは、気候が変動して、結果が98％だったとしても、それでグッドでしょう。結果が良くない症候群とは、そういうものです。
次第に、下方へ下方へ向かうのです。日本という国家の場合は、下方へ下方へと向かった結果が、すでに現在に至っています。もう、現在の安全や安心や健康を維持できない状況に追い込まれています。
それなのに、景気の話が出てきたりして、ピントがボケてしまっています。もう、結果が良くない症候群の中では、何をやったとしても、この流れを止めることはできないでしょう。
坂本龍馬と坂杉晋作はよく似ています。
彼らは、結果が良くない症候群を憂いて、日本を、結果が良い症候群に向かわせようとしたのです。お手本は、ヨーロッパ諸国でした。坂本龍馬と高杉晋作は、長年続いた江戸幕府の、結果が良くない症候群での目標設定方式を、壊してしまわなければ、全く異質な価値観である、黒船に代表される科学や文化に支配されると考えたのです。年貢米の今年度目標のつくり方が、いくら上手になっても、黒船に代表される、新しいシステムに、一蹴されることは、よくわかっていたのです。
今の日本も、非常によく似ています。ひょっとしたら世界でＮｏ１の経済大国になれるかもしれないと、円の価値が上がることを喜んだものです。そして、アメリカの不動産を買い漁りました。
そんなバカなことはないのです。
たかだか１億人しかいない小国です。なにかの間違いか、一時的な要因だったのです。その後は、いきなり、結果が良くない症候群に、社会全体が陥っ

てしまいました。そして、２０１０年に至って、やっと、思い知ったのです。
答えは、１つしかありません。結果が良い症候群に変えることです。方法は１つしかありません。ヒット商品が多く創出している社会が経済的に潤っていることが、経済の本質です。ヒット商品を生み出せばよいのです。鹿児島発で鹿児島圏内であろうと、そんなの関係はありません。富士山に、もっと多くの人が登ってくれれば、その地域の経済は活性化します。経済とはそういうものです。再生産と消費の活性です。そこには商品の魅力が欠かせません。輸出に頼るのは、結果が良くない症候群の手法の１つでしょう。商品の価値観が異なる輸出は、頼ると、自分の商品の価値観を落とします。日本の場合は、独特の商品価値市場経済を形成していますので、輸出に注力すると、世界市場経済価値の価値観に陥って、再生することが難しくなります。現在の日本経済の難しさは、ここにもあります。せっかく、商品価値市場経済を形成させたのに、世界経済価値という、フツウの価値になってしまったことです。生産しやすい価値ですが。それだったら、アメリカや中国にお願いすればいいでしょう。日本には、日本にしか創れない商品価値がありますとにかく、ヒット商品を数多く創って、経済を活性化することで、結果が良い症候群に変えなくてはなりません。
答えは簡単なのですが、そこまでのプロセスが難しいのです。
日本の社会全体が、結果が良くない症候群に浸っているからです。ここに、結果が良い症候群を持ってこようとしても、反対が多くなってうまくいきません。ヒット商品とは、少し時代の先のことです。発売できないでしょう。江戸幕府の終わりの頃、黒船が来なかったら、多分、日本は潰れていたでしょう。結果が良くない症候群の中で、黒船が来たからです。少ない人ですが、自分の命と引き替えてもいいから、日本をなんとかしたいと考えた人が、現れました。
坂本龍馬や高杉晋作がやったことが、最も難しい改革です。
固定観念を打ち破ることです。
今の日本もよく似ています。
結果が良くない症候群を打ち破る人が必要です。
固定観念を打ち破る人です。

固定観念には権益がありますので、命を狙われる危険性があります。
残念ですが、現代には、阪本龍馬も高杉晋作も、現れる可能性はないと考えられます。地方の１県が霞が関に戦いを挑む構図自体が考えられないからです。このままいけば、年々少しづつ目標を下げて、時間をかけて、日本は、結果が良くない症候群を完成させるでしょう。かって、多くの国がやってきた道です。人は、同じことを考えてしまいます。
高杉晋作や坂本龍馬が来ないとなると、どうすればいいのでしょうか。せっかくヒット商品が見つかっても、発売できません。すごいグッドアイデアがあっても、固定的権益にマイナスであれば、実行できません。

〇会社に頼るしかないでしょう
日本には、権力者がいません。アメリカと同じように、権力者が交代するという、民主主義になりました。しかし、権力者が誰であろうと、権力を維持する構造は、強固になって、しっかり守られているのです。民主主義国家のどこでも同じ構造です。表向きの権力は、明日には変わる可能性があります。しかし、権力を維持するという、権力構造は、どの民主国家も、強固なのです。
日本の場合も、権力を維持する構造のための費用だけでも、ものすごい金額が必要です。国家の霞が関も県での権力維持でも、市でも、合計すると、想像を絶する費用がかかっているのでしょう。日本の権力を維持する構造を維持する費用です。本当は、民主国家であれば、これらの、権力を維持する構造を維持する費用は、すべて、主権を持っている国民へのサービスに注がれることが、当然なのでしょう。そうすると、日本の権力を維持する構造はガタガタになるでしょうが、下手をすると、限りなく、平和な、税金が少なくてもやっていける、国家構造になる可能性があります。残念ですが、人は、そういう判断はしません。増税しても、権力を維持する構造を維持する費用を捻出しようとします。日本の現在の方向も、フツウの人が考える方向です。権力を維持する構造を維持する費用は、カタチこそ変わっても、なんら変化しません。
この固定化された構造は、阪本龍馬と高杉晋作を呼んでも、解決しないと考

えられます。政治主導なることばも、やっぱり、表面に流れてしまいます。そういうことではなくて、この問題は、権力はなくても、権力構造は維持されるという、人間に集団ができはじめてから続いている、人が権力を好む本質のような話です。
つまり、現代の日本においては、坂本龍馬や高杉晋作のような方式でも難しいのですから、なにか、他の方法を探らなければなりません。
それが、会社です。
日本の権力を維持する構造を維持する費用は最小に抑えてもらって、さて何をすれば、結果が良くなる症候群になるかと、考えなければなりません。考える前に、権力を維持する構造を維持する費用を最小限度に抑えることは、どうしてもやらなければなりません。この問題は、人の権力好きという本質に係るために、モタモタしていると、使える費用のすべてを、権力を維持する構造を維持する費用として、使ってしまいます。だから、一度は帝国と言われながら、収入が少なくなって、権力を維持する構造を維持する費用を抑えなければならないにもかかわらず、そこに手を下さないのです。こうなると、もう、結果が良くなる症候群に再生することもままなりません。
さて、どうして会社だったら、結果が良くない症候群を脱して、結果が良くなる症候群に再生する可能性があるのでしょうか。
それは、商品を扱えるからです。
日本においては、会社も、結果が良くない症候群に陥っています。ですから、販売目標を設定していない会社などありません。そして、２％アップの目標設定をして、その実現を目指すという、結果が良くない症候群の方式を採用します。会社がみな結果が良くない症候群だったら、どうにもならないのではないかと思われます。
しかし、実際は、会社は違います。仕方がないからそうしています。国家や地方自治の権力維持構造を維持することと、会社は、違います。同じように、結果が良くない症候群であったとしても、会社は、自分の会社は、販売目標などつくるヒマがないくらいの想いをしてみたいものです。
私の小説の主人公のオンナ社長のように、やってみたいものです。
現実は、販売目標がつくっても無意味になるかもしれないくらいに、結果が良い会社などないので、結果が良い症候群で動けないだけです。昔は、冷蔵

庫だって、24時間労働して生産していた時代があるのです。生産目標が販売目標だった時代だってありました。
国や地方自治の権力を維持する構造を維持するケースには、このようなことはあり得ません。市の財政が破たんしなければ、市の権力を維持する構造を維持する費用を、最小限にはしないのです。市役所の職員の方の、大幅なリストラが伴います。それは、常に、その集団の破綻と一緒です。つまり、最終の決断なのです。最後まで、人は、権力を維持する構造を維持することを守ろうとします。
会社は、少し違います。同じ、結果が良くない症候群ですが、求めるものが違います。権力の維持を求めるよりも、会社の存続を求めます。ですから、会社の権力を維持する構造を維持する費用であっても、平気で、たとえば、リストラができます。つまり、会社が最後まで大事にするのは、権力を維持する構造ではありません。
会社の存続です。
私の小説の主人公のオンナ社長の会社は、創業以来、毎月、最高の販売額を記録し続けています。毎月毎月、前月よりも、売上が多いのです。べつに、目標にしているわけでも、目指しているわけでもありません。単に、結果がそうなっているだけです。結果が良い症候群です。結果が良いと、細かいことが気にならなくなります。競争もインセンティブにはなりません。
会社は、たとえ１社であっても、結果が良くなる症候群に変身する可能性を秘めています。
権力を維持する構造を維持することよりも、存続が大事です。明日の売上や利益が上がることが大事です。
つまり、阪本龍馬や高杉晋作を、日本国の改革に呼んできて、結果が良くない症候群に陥っている、日本の組織集団をぶち壊すことは、難しくなっているとしても、１つの会社であれば、固定観念化している構造を、ぶち破ることが可能です。坂本龍馬や高杉晋作を呼んでくれば可能です。

○ヒット商品１つで局面が変わる

私は、ヒット商品の曳き人もやっています。フツウの人よりも、多くのヒッ

ト商品に係っています。ヒット商品が創れることが、自分の特長だと思い上がってもいます。自分の経験では、会社は、ヒット商品１つで変われると思っています。結果が良くない症候群が結果が良い症候群に変われます。事実、そのような経験もあります。
現代の会社は、市場経済社会の細胞の役割をしています。多くの会社の活動の積み重ねが、経済社会という１つの身体をつくっています。
身体は、簡単に、自信喪失症になります。結果が良くない症候群になります。あることを弾きがねに、簡単に病気になります。それが、現代の国家の病気の主たるものです。
幕末の頃の日本の病気は、まだ会社もなく、経済活動が活発ではなかったので、国家という身体は、権力を維持する構造を維持するという病気が、主たるものでした。江戸幕府という１つの政党と権力を維持する構造組織が、一体になって、日本の人達の幸福感よりも、権力維持を重視しました。お金があれば、権力を維持する構造を維持する費用に使われました。
坂本龍馬や高杉晋作の狙いは、その構造を壊すことでした。的を得ていたと思います。
しかし、権力は交替しましたが、権力を維持する構造を維持することは、同じだったのです。今でも、同じです。しかし、大きく変化したことがあります。社会は、供給社会から市場経済社会に変わりました。主役的細胞の役割は、会社に変わりました。
坂本龍馬や高杉晋作を呼んで来れば、きっと、どこかの会社を、結果が良い症候群に蘇らせることによって、影響力を発揮させて、日本全体の結果が良くない症候群を、結果がよい症候群に変えようとするはずです。
頭の良い２人は、別々に、このように考えるでしょう。そして、実行します。
呼んできた坂本龍馬と高杉晋作が、もう１つ、気づかないといけないことがあります。現代の市場経済社会の主役は何かということです。
幕末には、主役がはっきりしませんでした。権力が主役だったのでしょう。あえてあげるとすると、鉄砲などの戦争物資と米という物資だったのでしょう。重要な脇役です。
現代では、物資ではなくて、商品です。どこかで、商品は、物資と商品に分

かれました。そして、現代の市場経済社会の主役は、商品です。権力ではありません。
現代の上海社会を考えると、権力をしつこく追っても、何も見えません。現在の上海社会の主役は、上海市場経済社会の商品です。
商品が次々に魅力を発揮していて、しかも次々に現れて、社会が、毎日のように変化しています。商品が変化させています。
いずれ、上海社会も、東京社会のように、新しい商品の投入ピッチが落ちて、落ち着いた雰囲気になるのでしょうが、今は、終わりが見えなくらいに、活性化しています。経済は、再生産と消費の活性化なので、上海社会は、ますます膨らむのでしょう。結果が良い症候群を続けると考えられます。
東京社会は、明らかに、新しい商品の投入ピッチが落ちて、消費が落ち着きました。しかも、経済の要である再生産の機能を、韓国や中国やインドやアジアに奪われていますので、中途半端な経済となっています。感性鋭い多くの日本の生活者が住んでいるという有利さを、活かすことができないでいます。
東京社会は、結果が良くない症候群に陥っているのです。大阪社会も同じです。
生産すれば消費が促されることは、下関のふぐを見ればわかります。ふぐの市場がプサンになって、輸入しはじめたら、ふぐ経済は成立しないでしょう。下関が、東京や大阪からの飛行機代を負担しても、下関フグツアーをやって、大きなふぐ料理屋さんが軒を連らねるならば、下関は、一大ふぐ経済市場を成立させるのでしょう。ヒット商品になると信じていますが。日本でしか成立しませんが。
坂本龍馬と高杉晋作だけは、現代の商品を理解するかもしれません。彼等が長崎を好んだのは、商品時代を感じていたのでしょうから。
多分、現時点で、結果が良くない症候群を結果が良い症候群に変えるには、結果が良くない症候群の手法として定着していて固定観念になっていることを、ブチ破らなければなりません。坂本龍馬と高杉晋作はよく似ています。命を賭けてブチ破ることができます。その流れは、命が尽きても、止まることがありません。

今回の場合は、１つの会社の固定観念を打ち破って、結果が良くなる症候群にしたとしても、流れが止まる可能性があります。止まらない流れまで、命を粗末にしては困ります。
高杉晋作と坂本龍馬を現代に呼び寄せると、２人は、別々に、どこかの会社を結果が良い症候群に改革して、その影響力で日本全体に、結果が良くなる流れをつくろうとするだろう。２人は、多分、現代の市場経済社会の主役が、商品であることも気がつくだろう。そして３つ目は、阪本龍馬と高杉晋作は、ヒット商品がわかるかということです。
現代社会を変えるのには、主役である商品のチカラを借りることが好ましいのですが、その商品でも、ヒット商品以外は、社会に、大きなインパクトを与えられません。
坂本龍馬と高杉晋作の、拳銃のやりとりなどを考えると、ヒット商品がわかっていたかもしれません。
ヒット商品を開発できないことには、結果が良くない症候群を、結果が良い症候群に変革できません。
手段は、ただ１つしかありません。
ヒット商品のチカラで会社を変えることからはじめるからです。

〇売上を目指す慣習をブチ壊せるのか

現代の日本の結果がよくない症候群を、結果が良い症候群に変えるには、どこかの会社を、結果が良い症候群に変えて、その影響力で、結果が良い症候群への流れをつくって、日本全体の結果が良くない症候群を、結果が良い症候群に変えようというシナリオです。
最初にやることは、阪本龍馬と高杉晋作が得意なことです。無意味になっている固定観念をブチ壊すことです。それを、どこかの会社で具体的に、はじめることです。
「売上を目指すと滅びるので止めましょう」
「販売目標の設定は明日から止めましょう」
「目標達成の反省会も止めましょう」
「会議は廃止しましょう」

「結果は結果なので目指すことにするのは止めましょう」
こんなことは、阪本龍馬や高杉晋作が言えば聞いてはくれるのでしょうが、私ごときが言っても、無視されるだけです。私は、そこで、小説で、主人公のオンナ社長に、やってもらっているのです。
主人公のオンナ社長は、会社を創る時から、このような考えなので、変革とか改革とか、そういうものは、なにもありません。ところが、現代の現実のすべての会社は、ものすごい変革をしなければ、たった５行のことでも、実行できません。販売目標を止めるなど、誰も説得できません。
高杉晋作や坂本龍馬にやってもらうのがいいでしょう。
高見の見物ではないのですが、ものすごい苦労をして、１つの会社の、販売目標をなくすでしょう。売上を目指すと滅びるという考えを浸透させるでしょう。会議をゼロにするでしょう。
こういうことができるのが、挑戦者です。挑戦者は、無意味な固定観念をブチ破ることに挑戦する人です。
日本の歴史の中では、阪本龍馬や高杉晋作が代表でしょう。
阪本龍馬と高杉晋作が、どのようにして、ある会社の、結果が良くない症候群の手法を止めさせたのか、販売目標を設定しなくなったのか、物語になってしまうので、よしましょう。
坂本龍馬は、毎晩毎晩、話を聞いてくれる人がいたら、どんなに遅くなっても、話をしたでしょう。同じ話を、何度も何度も話します。バカバカしいとは思いません。自分だけが、損な役回りをしているとも思いません。時には、言い争いになります。大きな声を出されます。それでも、寛容を通します。自分のやっているこの方法しか、日本の、結果が良くない症候群を脱出できないと信じているのです。このまま、この結果が良くない症候群を放置するならば、日本の崩壊の秒読みが始まってしまうという危機感を、持っているのです。どんなことがあっても、やり遂げないといけないと思っています。こういう自分が何のためにとかどういう目標を持ってなど、どうでもいいのです。ただ、そうしたいだけなのです。
坂本龍馬は、それが愛であることには、気づかないかもしれません。目標をつくってそれに向かって進むというような、計算ずくの生き方をするか、愛は人が動く押しボタンですから、その押しボタンに、自分を委ねるか、生き

方に大きな違いが出てきます。坂本龍馬と高杉晋作は、実は、ここが似ています。愛が異常に深いのです。
とにかく、ある会社では、販売目標を止めました。目標がないので、達成率という考えも止めました。会議も必要ないので止めました。
しかし、これだけだと、不安です。
会社の仕組みを、オンラインリアルタイムに変えました。今売ったら、今売上になって、商品を運べば、在庫がなくなるという、リアルにしました。お金の動きも、人の動きもです。もちろん主役である商品の動きもです。
一挙に、不安は解消しました。今、どうなっているのか、よくわかるからです。
人は、不思議なものです。販売目標のようなものがないと、動きがとれないのです。大昔、狩猟した鹿の重さのチャンピオンが大事にされたでしょう。みんな、その鹿より重い鹿を狩猟することを目指すのです。こうやって、人は、生きてきました。去年の米は、自分の畑で何俵だったというものがなかったら、うまく働けません。
目標が、余計なのです。やってみなければわからないのに、やった結果の予想を正式に記録して、達成率を競うのです。
そういうことではなくて、今現在どうなっているのかが、リアルにわかれば、人は安心するのです。そして公開していれば。
目標は、結果が良くない症候群で、しかも、権力のコントロールに利用されてきたものが、定着したと考えられます。
獲ってもいない鹿の重さを目標にするというのは、どう考えても、おかしな考えです。
阪本龍馬と高杉晋作が、販売目標を止めさせ、会議を止めさせ、システムをリアルに変え、現状を把握できるようになったのです。ここまでタイヘンなのですが、これでも、結果が良くない症候群が治るわけではないでしょう。具体的に、結果を良くしなければなりません。
結果を良くするのは、簡単です。ヒット商品を発売すればよいのです。

〇ヒット商品を創れるのか

ヒット商品を発売すればいいのですと言われても、わかりましたとは言えないでしょう。ヒット商品は宝くじだと思っていることが多く、クジが当たる確率は、極めて低いのです。
なぜヒット商品でないとダメなのでしょうか。ヒット商品と売れる商品のどこが違うのでしょうか。
それは、やっている人達の自信の問題です。
商品とは、新しい生活のシナリオライターのことです。商品は、ただ生活のための用品ではなく、その用品を使うことで、新しい生活をイメージすることができるものです。ただ生活のための用品は、物資と言います。
ヒット商品は、新しい生活のシナリオライターとして登場して、生活の定番となって、生活者の生活に定着した商品です。
フツウの多く売れる商品とは異なります。新しく生活の定番になったことが異なります。
電車の中でも音楽が聴けるようになったことが、典型的な、ヒット商品です。古くは、家庭で食べ物が腐らないように貯蔵できるようになったこともそうです。テレビもすごいヒット商品です。カレーのルーもヒット商品です。みんな、新しい生活のシナリオライターです。そして、生活に欠かせないもの、生活の定番になって、いまでも、続いています。自動車も飛行機も新幹線もヒット商品でしょう。今までに、そういう生活はなかったのです。
新幹線は、時間を売っている商品だからヒット商品です。東京大阪を８時間かけるのだったら、いくら売れても、ヒット商品とは言いません。
ヒット商品は、フツウ、その会社を代表する商品になってしまいます。そして、大きな売上と利益をもたらせます。そのことよりももっと大きいことは、会社の、社員の、自信が大きく膨らむことです。フツウ、会社も社員も、結果が良い症候群になります。２％増の販売目標をつくって、98％の達成率でしたと言い訳するような、結果が良くない症候群とは、一線を画するようになります。ヒット商品１つで、環境が、大幅に変化します。
株式上場を予定していたのですが、ここ２年間の経営成績が良くなくて、上場を諦めていた時に、いきなり、思ってもみない商品が、ブレイクする場合があります。みんな反対して、期待もしなかった商品です。生活者は待ち望んでいたのです。フツウは、会社は、生活者が待ち望んでいることをよくわ

かりません。会社が、生活者ではないからです。たまたま、生活者でもある感性の鋭い社員がいても、反対して潰してしまいます。しかし、２年も成績が良くないと、何もないからと、仕方なく発売を許可する場合があります。だいたい、こういう境遇の商品が、ヒット商品になります。
生活者と会社とは、これほどに、感性がかけ離れてしまいます。
もしこの商品を発売しなかったら、株式上場はできなかったでしょう。
それくらいに、ヒット商品は、世に出ません。
特に、電気やエレクトロニクスなどの、新しい技術が一巡したかのような、ここ10年では、ヒット商品を探すのも難しくなっています。ケータイ電話くらいのものでしょうか。
種がなくなったのでしょうか。仕方がないのでしょうか。もうヒット商品は出ないのでしょうか。
そんなことはありません。ヒット商品の可能性は無限にあります。ヒット商品を創れる人が少なくなっているだけです。販売目標２％アップでは、少しの改良でやれます。新しい生活のシナリオライターなど、難しいことは考えなくてもできます。しかも、達成率98％で許されるのでしたらラッキーです。もう、結果が良くない症候群では、ヒット商品なんか出ません。
阪本龍馬や高杉晋作ならば、どうするのでしょうか。
日本中を走り回って、鹿児島に行き高知に行き長崎に行き東京に行き京都に行って、ヒット商品を創れる人を探して連れてくるでしょう。高杉晋作と坂本龍馬は、よろいがないことでも似ています。江戸幕府の、権力を維持する構造を維持するものを、ブチ壊せばいいのです。自分にできなかったら誰でもいいから連れてきます。自分の手柄など考えていないのです。
だから、ヒット商品を創れる人を見抜ければいいのです。坂本龍馬も高杉晋作も、ヒット商品を創れる人を見抜けたでしょう。
ヒット商品を創れる人にとって、高杉晋作や坂本龍馬は、曳き人になるでしょう。たとえ誰が反対しても、９割の社員が反対しても、ヒット商品を創れる人を信頼して、実行するでしょう。発売するでしょう。
高杉晋作と坂本竜馬を呼び戻したならば、このようにするでしょう。ヒット商品が出て、ある会社の風土が、すべてをひっくり返したように、変化することでしょう。

現代社会の会社においては、ヒット商品を発売することしか、結果が良くない症候群を脱して、結果が良い症候群に変える方法は、ありません。
最近でも、時々、景気刺激策として、国家が仕事をつくる策がとられます。よくわかりません。多分、物資が重要な意味を持っていた時代の策なのだと思います。現代では、物資は、タダの方が好ましいのです。仕事を回しても、物資を配る効果しかないのでしょう。今は、商品が欲しいのです。仕事を商品にして流さないと、膨らまないのでしょう。
景気などという過去の遺物のような施策ではなくて、単にお金を回すという古いやり方ではなくて、ヒット商品を、提供することができると思うのです。経済は再生産と消費です。狭い地域のヒット商品でもかまわないのです。

○１つの会社が再生した

１つの会社でさえ、結果が良くない症候群を脱するのは難しいと思います。阪本龍馬と高杉晋作を呼び寄せて、やっとできるくらいの、難しいことでしょう。
今の日本に、結果が良い会社など、探すことが難しいでしょう。私は、たとえばこういう会社だと、例を示したいのですが、それとて、難しいことです。仕方なく、私の小説の主人公の会社を引き合いに出しています。結果が良い症候群の会社など、小説の中にしか、存在しないかもしれません。
ある、結果が良くない症候群の会社が、結果が良い症候群に変わったとすると、具体的に、どこが変わったのでしょうか。
ヒット商品ができました。ヒット商品ですから、会社の顔になってしまいます。売上も利益も拡大します。おかしなことに、周辺の商品も、連られて、売上が多くなります。なんとはなしに、生活者も売場の方も社員も協力会社の方も、ヒット商品だと言うようになります。
一発で、周辺が、好転します。歯車が、急に逆回転するかのようになります。
このヒット商品にも販売目標があったのですが、10倍くらい越えてしまって、「修正目標を出しなさい」と命令されます。フツウはです。

しかし、この再生した会社の場合は、高杉晋作と阪本龍馬がいて、販売目標をつくらせないので、修正目標もありません。
だいたい、ヒット商品の販売目標をつくった担当者は、褒められることはありません。センスがないと言われます。そういうことではなくて、何をやっても、２％アップの販売目標しかつくりません。そして、98％の目標達成率の言い訳をします。なんでも、そうなります。販売目標が10倍も違ったら、次から、担当する商品はなくなります。例外なく、このようになります。
ヒット商品になると予想できるのは、ヒット商品を創れる人しかいません。フツウは、誰も、読めません。技があるのです。
これは技なので、他者が、同じ方式をコピーして商品を発売しても、うまくいくものではありません。柳の下にはドジョウはいません。そこがよくわからないと思います。だから、会社は、ヒット商品をつくることができません。ヒット商品を創れる人にしかできません。一般的に、手柄が欲しい人が多くいて、ヒット商品を創れる人は、すごろくの休みの場所に置かれます。どういうわけか、そうなります。「わかったからオレもやってみる」という、上司の人も出てきます。
阪本龍馬と高杉晋作がいなかったら、これも抑えられません。「いいものはいい」阪本龍馬と高杉晋作は言うでしょうが、一般的には、「いい成果はオレのものだ」になります。
今回再生した会社は、高杉晋作と阪本龍馬がいて、会社が再生する流れをつくって、日本を再生することを目指すのですから、細かい、誰の成果だったのかなど、聞き耳も持ちません。少しの権力にものを言わせて、ヒット商品を創れる人を、１回休みの場所に閉じ込めても、すぐに、表に出してきます。
そして、しばらくして、思ってもみなかったのですが、２つ目のヒット商品が出ます。ヒット商品を創れる人がいるのですから、ヒット商品が出ます。
阪本龍馬と高杉晋作は、起案書を廃止しました。以前は、稟議書と言っていたようです。決済権限規定も廃止しました。起案書がなければ、決裁権限など必要ありません。社員は、とまどったのですが、「そのために責任者がいるのだから」と言われてしまいました。書類は、すべて破棄されました。監査業務部署と監査法人は反対したのですが、阪本龍馬と高杉晋作は、承知し

ませんでした。１日で、ゴミになりました。何かあったら、自分たちが責任をとるからと、高杉晋作と阪本龍馬が言うので、仕方なく、実行しています。
「間違ってもいいから即決してください」高杉晋作のこのことばに、反発もありました。坂本龍馬が、間に入ります。「それくらいの勢いでという意味ですから」。
期の途中なのに、「明日から予算を廃止します」と、高杉晋作が言いました。またもや、反対意見が多くなりました。
「そのために責任者がいるのですから」
阪本龍馬に説得させられます。責任者は、集まって、自分たちの役割を確認しました。みんなで集まって確認している時に、阪本龍馬と高杉晋作がやってきて、こう言いました。
「私たちは、日本のすべてに、自分が使う電気を、自分で発電することを目指します。私たちは、その手助けをするプロになります」
電力会社なのに、とんでもないことを言うのです。
「とりあえず、社員全員が、自分が使う電気を自分で発電することからはじめます」
バッカじゃないかと言った責任者もいました。
いままで、何のために働いてきたのかわかりません。
発売した２つのヒット商品は、この、新しく再生した会社が目指すことのための、新製品でした。
物語的になってきましたが、こんなような、思ってもみない展開をしない限り、結果が良くない症候群の会社が、結果が良い症候群の会社に、変身するわけがありません。
「これから、すべては、この目指すことのために、あなた方は存在するのですから、書類は何も必要ありません。目的など書かなくていいです」
高杉晋作は、ラジカルです。
ヒマになったスタッフが大勢います。みんな、現場の仕事に向かいました。
毎日、販売目標達成率表をつくっていた人も、お客様相談の仕事になりました。
１ヶ月後に、阪本龍馬と高杉晋作は、人事考課制度も廃止しました。いきな

りです。役員会でも反対が多かったのですが、「みなさんは、ヒット商品になっている、２つの商品を出す時も反対しました」と言われて、仕方なしに納得しました。
年俸制に切り替えたのです。契約制です。サッカーの選手と同じです。契約書の、自分の特長の欄に書くことがなくて、みんな困りました。フリーキックを外さないとか、書きたいのですが、技がありません。
タイムカードも廃止しました。残業もなくしました。
阪本龍馬と高杉晋作が相談して、やりたかったことは、昨日までのことをもっと上手にやろうとする体制から、明日は新しいことをやる体制にすることでした。そのために、フリーの社員が、多くなったのです。
当面、社員は、自分の家庭や仕事周りの電気を、自分で発電しなければならなくなりました。２つのヒット商品を購入しなければ、できません。
阪本龍馬と高杉晋作の策略ではないかと思うのです。社員が買うだけでも、ものすごい数になります。
「会社が30％は援助します」
いつもこういう案を出すのは阪本龍馬です。
会社は、散歩をする感覚から、早足で歩く感じになりました。留まるという感じではなくなりました。常に、動いている感じです。
阪本龍馬と高杉晋作は、すべての連絡事項を、パブリックホルダに変更しました。ヒット商品２つの販売実績も毎日示しました。自分が使う電気を自分で発電することに成功した社員の名前を公表しました。
１ヶ月後に、自分の使う電気を自分で発電することに成功して、電気を会社が買うことになったお客さんも、暗号で公表すると発表しました。
社内のパブリックホルダの話です。
社員全員が、パソコンを見なければ、会社の動きが、わからなくなりました。自分と会社の契約も、自分の暗号で、見ることができます。社会保険や健康診断などもです。
この再生した会社は、阪本龍馬と高杉晋作が考えたとおりに、どんどん、前に進む体制に変わっているのです。以前は、多くの社員は、昨日までの結果を整理する仕事をしていました。様変わりです。
２カ月経って、多くの社員は、プレッシャーがなくなったと感じました。会

社に追われる感じがなくなりました。会議もなくなっています。社員は、「日本の人が、自分の使う電気を自分で発電することが、目指すことだ」と言った、阪本龍馬と高杉晋作の言葉を、信じはじめていました。できるかもしれないからです。
現に、会社の売上は、ここ数年止まっていたのに、２つのヒット商品の売上だけでも、全社の売上を、引っ張っています。利益もです。社員は、とりあえず、自分の使う電気を自分で発電することに、集中しているかのようでした。
会社の株価が２倍になりました。

〇売上を目指さなければ滅びない
１つの会社が再生しました。こうなるとは、社員の誰もが思いませんでした。気持の余裕が出てきました。ラクになりました。
売上を目指さなくなりました。
さて、「売上を目指すと滅びる」のですが、この再生した会社は、滅ばなくなったのでしょうか。
それは確実です。
「日本のみんなが、自分の使う電気を、自分で発電することを目指す」ことを忘れないという条件付きです。
私の小説の主人公のオンナ社長は、「世界のオンナ辛いから」がコンセプトであり、「少しでも手助けする」が、目指すことです。
この、世界のオンナ辛いからを、市場経済社会の枠組みで実現することが、目指すことです。そのために、辛さを癒す様々な仕事のアイデアを出し、技を習得して、ヒット商品を創ります。その結果は重要です。売上や利益に表現されます。市場経済の枠組みでやっているのですから。社員も全員、昨日の売上に敏感です。昨日投入した新製品の売上が少ないと、心配します。目指したことの結果が、市場経済社会では、売上や利益です。「そんなのいらない」と言われれば、結果がワルイのです。小説の主人公の会社は、創業以来10年を越えましたが、毎月、前月の売上を越える売上です。社員が１８０００人もいるのですから、すごい売上です。彼女たちは、自分たちが目指し

たことに間違いはなく、やっている具体的なことも喜んでもらえているから、結果が伴っていると、思っています。毎日、結果には、敏感です。
ここに、販売目標が、どういう意味で入ってくるのでしょうか。小説の主人公のオンナ社長が、「明日から販売目標をつくってもらいます」と言ったとしたら、役員に、「あんた調子ワルイんだったらしばらく休んで」と言われるでしょう。
この再生した会社も、「販売目標を復活します」と阪本龍馬と高杉晋作が言ったとしたら、「歴史に返ってくれ」になるでしょう。いずれ、そうなるでしょう。いまはまだ、習慣になっていません。
どう考えても、販売目標なるものは、おかしいのです。結果がよい症候群の中では、販売目標は浮いてしまいます。意味を説明することができません。つまり、販売目標など必要ないのです。結果が良い症候群においては、販売目標は、無意味です。
結果が良くない症候群においては、藁にもすがる、藁の意味があるのでしょう。２％でもアップする目標を目指しておけば、98％くらいには達するだろう。
これはもう、負け犬の思考です。
自分たちの目指すことに意味があって、その目指すことに向かって、行動したことが、共感をもって迎えられたならば、結果が伴います。
自分たちの目指すことが、いきなり結果になるということは、もう、事実上、目指すことの到達点が近いのでしょう。
私の小説の主人公のオンナ社長は、このことを、身体でわかっています。
１つの会社を再生した阪本龍馬も高杉晋作も、このことを、身体でわかっています。ですから、自ら、後退させることはありません。「明日から販売目標をつくります」と言うことはありません。
売上を目指せば滅びるが、身体でわかっているのです。
私の小説の主人公のオンナ社長は、株主総会で、いつも言われることがあります。
「販売目標がつくれないような管理状態を早く脱してください」
「販売目標はつくりません」
常に、押し問答のようになります。常識と常識がぶつかっているのですか

ら、どうにもなりません。質問する方は、一般的常識です。会社とは、販売目標をつくって追いかけて運営するものだという常識です。オンナ社長の常識は、販売目標などつくるから会社が潰れるという常識です。株主総会では、いくら時間をとって説明しても、10年経っても、納得していません。ですから、いつも質問されます。
しかし、毎月、前月実績を上回るという、前代未聞の、結果なのです。最近は、「販売目標がないから成績が良いのですか？」皮肉っぽい質問が多くなりました。
「販売目標は自分に枠をはめてしまいます」と言うことにしています。
どんなに説明をしても、販売目標をつくらないということを、納得してもらえない人がいます。彼女は、株主総会で、いつも困ります。
結果が良くない症候群に陥っている会社は、何かの都合で、結果がワルクなったのです。会社という組織では、結果がすべてです。たとえ、どんな理由があるにせよ、天災のために結果を落としたとしても、責を負うことになります。社長は事情によっては、辞めることになります。株主総会を乗り切れないかもしれません。
たとえ２％であっても、実績を伸ばしておけば、責をしのげると、考えてしまうのが人間です。
会社は結果がすべてです。結果によって、責を受けます。社長も辞任します。だから、結果を目指してしまいます。会社の結果の代表である売上を目指してしまいます。
これが、何かの都合で、結果が良くない状況に陥ってからの、フツウのシナリオです。このシナリオをしのげるのは、オーナー経営者しかいません。しかし、しのげても、次の期をはじめる時、細かい販売目標を設定するように指示します。たとえ２％であっても、増収にしなければなりません。こうなってくると、もう、会社の存在理由は、消えるかもしれません。私の小説の主人公のオンナ社長は、「世界のオンナが辛いからわたしはこの会社をガンバル」と言いますが、彼女が、いつか、「２％でもいいからさ〜増収にしてよ？」と言いはじめたら、彼女の会社の株価は高いのですが、売らなければなりません。
会社は、コンクリートと配線です。代表者が、どういう考えを持っているか

に尽きます。「２％でもいいからさ〜」になったら、もう先は短いでしょう。しかし、別の人が代表者になれば、また違った展開をするかもしれません。
阪本龍馬と高杉晋作を呼び寄せたのは、正解でした。彼らは、自分の責のために、目指すものにふさわしくない結果を目指すことなどやりません。「こんなことやったらいかん」と、２人が口を揃えて言うでしょう。「信念を持って目指すものを追わんといかん」
「結果が良ければうれしいのはあたりまえだ」
阪本龍馬と高杉晋作にとってあたりまえのことが、現代の日本のほとんどの会社においては、あたりまえではないでしょう。

○結果が良い症候群になって

日本の経済社会を、結果が良くない症候群から、結果が良い症候群に変えるために、ある１社を、結果が良くない症候群から、結果が良い症候群に改革することにしました。そして、その影響力で、結果が良い症候群の流れをつくって、日本全体を、結果が良い症候群に変えようというシナリオです。改革の曳き人として、阪本龍馬と高杉晋作を呼び戻しました。
そして、ある１社は、結果が良くない症候群を脱して、結果が良い症候群になりました。
さて、１社だけで終わるのでしょうか、それとも、流れを起こせるのでしょうか。
もし坂本龍馬を呼び戻さなかったならば、流れはつくれなかったでしょう。
おかしな話ですが、ある会社が、経営スタイルを、おかしなスタイルにしたとしても、誰も、文句を言う人はいません。株主くらいのものです。この再生した１社は、販売目標もなく、起案書の制度もなく、権限が規定されてもいません。しかも即決が要求されています。次々に決断をしていくことになります。それも、現場の責任者が、自分の判断で、決断しなければなりません。フリーの社員が多いのですが、彼らは、みんな新しい、仕事に向かっています。なんたって、「日本の人が、自分で使う電気を、自分で発電することを目指す」のです。みんな、まず、自分ができないことを、他者に勧めて

も、説得力がありません。30%会社が補助していることもあって、自分の使う電気を自分で発電することに、必死で取り組んでいます。大阪出張の起案書など出されても困るのです。責任者が自分で決めてくれです。経費の予算もありません。毎日、自分が決裁した経費の一覧表が、パブリックホルダに掲載されていて、だれでも、見ることができます。

何でもが、明日のことを仕事するようにできています。昨日までのことをしっかり整理する仕事など、少ないのです。

半年が経ちました。

いきなり、国家予算で、自分の使う電気は自分で発電するならば、投資額の20%を国が補助する法律が通過したのです。

再生した会社の株価は、いきなりストップ高になりました。１週間で、30%も値上がりしたのです。

うわさですが、阪本龍馬が仕掛けたということでした。再生した会社のヒット商品の２つは、いきなり品切れ状態になってしまいました。ここで阪本龍馬と高杉晋作がとった方法は、驚くべきものでした。特許を、１%の使用料で公開したのです。２つのヒット商品の特許です。高杉晋作は、公開講座を開催しました。満員の盛況になりました。アッという間に、ヒット商品２つが、４社によって、競争的に生産されることになりました。外国からも、オファーがありました。

坂本龍馬と高杉晋作は、積極的に輸出することはしませんでした。貿易は、食糧や原材料がないから売ったり買ったりし、あるいは、どうしても欲しい商品があるから輸入したり販売するに、留めるべきだと考えているからです。営業をしてまで輸出売上を増やすものではないと考えているのです。その国に、生産体制をつくって、日本と同じ方法で仕事をすべきだと思っています。

海外への売上で、会社の売上や国の売上を目指すことは、おかしいと思っています。やはり、結果を目指しているからです。

阪本龍馬と高杉晋作は、オファーのあった国に現地法人をつくるか、合弁会社をつくるかの方法で、「日本のみんなが、自分の使う電気を、自分で発電することを目指す」を、「世界のみんなが、自分の使う電気を、自分で発電することを目指す」に、拡大したのです。

そして、世界の８社にも、使用料１％で、特許を公開したのです。現地法人をつくっても、そこと競合になることはわかっていたのですが、あえて、実行しました。
彼らが考えている市場経済社会は、再生産と消費の活性化にあります。ですから、この２つのヒット商品の生産を、コストが安いからと、海外に移すことはありません。安く生産できるように知恵を絞れるかどうかです。アメリカにも中国にもフランスにも、会社をつくりました。それも２カ月間にです。再生した会社の技術者は、一挙に足りなくなりました。高杉晋作は、毎日、面接ばかりをやっています。中国の人もいるし、日本人もいるし、アメリカ人もいます。
阪本龍馬も高杉晋作も、輸出売上なる勘定を止めました。ゼンブ、現地生産にしました。コストがどうとかではありません。「その国のみんなが、自分の使う電気を、自分で発電することを目指す」からです。役員の中には、輸出の売上だけでもいくらになると、エクセルの資料で説明した人もいたのですが、高杉晋作は、ガンとして、受け入れませんでした。
「輸出売上は何ももたらさない」
阪本龍馬は、じっと聞いていました。多分、高杉晋作は言葉が少ないから、誰も理解できないだろうと思いました。
ここ１カ月、阪本龍馬の姿が見えませんでした。
そして、いきなり、高崎市の東京ドーム10個分はある、工場を買うからと、経営会議で説明をしたのです。３つ目のヒット商品の生産工場でした。みんなは、驚きました。密かに、ヒット商品を創れる人は、３つ目のヒット商品を創っていました。この商品も、「日本のみんなが、自分の使う電気を、自分で発電することを目指す」有益な商品でした。ものすごい生産量が予想されました。
その生産のために、従業員もそのまま、丸ごと東京ドーム10個分の敷地の工場を買う案です。
再生した会社では、もう、誰も、２％アップの管理的販売目標をつくっていたことを思い出す人もいなくなりました。そんなことよりも、高崎の工場を日産いくらにすればいいのか、みんなで議論をしました。
「今日中に決めてください」

阪本龍馬は、それだけ言って、またどこかへ出かけました。
阪本龍馬は、高杉晋作に電話をして、高崎工場の責任者を決めてくれるように頼みました。
もう、誰も、売上を目指す人などいなくなりました。主力工場の責任者や研究所長や営業所長達は、売上を目指すどころではなくなっていました。
ただ、社員全員が、昨日の売上や利益に敏感になりました。

〇流れはつくれるのか
阪本龍馬は、流れをつくっていました。それも密かに流れをつくっていました。
日本の主要なテーマに、「自分の使う電気を自分でつくる」を掲げさせたことは、すごいことでした。しかも、題目だけではなくて、そのための商品をつくっている会社もあります。
確かに、個人では、投資がかかるのですが、20％国が補助してくれるのだったら、迷わず手を出す人が多くなってきます。坂本龍馬は高杉晋作と、これからのことを話し合いました。
「若者の参加が少ないことが気になる」
昔、阪本龍馬と高杉晋作が、江戸幕府と戦った時は、動いていたのは、若者でした。若者が動かないことには、世の中変わりにくいのです。
それから１ヶ月後、高崎のヒット商品３の専用工場のテストランが行われました。前の社員を引き継いではいるのですが、ラインは、ロボットと女性で成立させていました。高杉晋作が、女性を３００人採用して、女性で動く工場にしたのだそうです。男性は、お客さまサービス係である、ヒット商品１と２と３の施工担当に移りました。チカラがないとできないからです。
「若者より今の時代はオンナだ」
高杉晋作は、こう言いました。
ヒット商品３の専用工場である高崎の工場は、マスコミに連日取り上げられました。工場長がまだ29才の女性で、マネージャー全員が女性でした。東京ドーム10個分の敷地に、体育館もあって、ソフトボールのグラウンドもありました。確かに、仕事は忙しいのですが、社員を募集すると、１００倍の倍

率になってしまうほどに、女性にとって、憧れに近い工場になりました。
アッという間です。
１週間後でした、またしても阪本龍馬です。
高崎市では、「高崎のみんなが、１年以内に全員、自分の使う電気を、自分で発電することを目指す」ことを、市長が発表しました。国の補助が20%で高崎市の補助が20%で再生した会社の補助が20%でした。１００万円の投資だとすると、生活者の投資は、40万円で済むことになります。高杉晋作は、研修を行っていた高崎工場の男性社員全員を、市内に派遣させました。相談に応じるためです。
ものすごい勢いで注文がきました。高崎市の住宅の売れ行きが一挙に加速しました。マンションも在庫がなくなりました。
なによりも、高崎のみんなを加速させたのは、40%しか負担をしないので、設置した当初から、再生した会社に電気を売ることができることでした。高崎市の市役所には、設置したい方が、殺到しました。
再生した会社の高崎工場は、２交替制18時間稼働をしています。
高崎の街は一挙に人口が増えました。マンションも増えて、スーパーマーケットも増えました。人はすごいものです。短時間に動いてしまいます。
阪本龍馬と高杉晋作には、確信がありました。経済は、再生産と消費の活性化だと。消費の活性化には、ヒット商品が欠かせません。高崎市は、確実に、経済規模が拡大しています。坂本龍馬と高杉晋作は、発展するとすぐによろいを着たがる人がいることが心配でした。発展した高崎市にふさわしい市庁舎を誰かが提案するからです。再生した会社は、自分達も参加していますが、高崎市は、動きがわかりません。高杉晋作は、市会議員数名と、密かに、情報交換をすることにしました。高崎市が、結果がよい症候群になってもらわなくては困るからです。
再生した会社が、結果が良い症候群の会社になったからといって、再生した会社の真似をすれば、すぐに、結果が良くなる会社になるわけではありません。結果が良くなった高崎市の真似をしようと思っても、難しいでしょう。
阪本龍馬は、堺市に頻繁に出かけていました。堺市には、ヒット商品２の工場があったからですが、関西国際空港を丸ごと、自分で使う電気を自分で発電する施設にしたかったからです。密かに、堺市のヒット商品２の専用工場

になりつつあった、再生会社の工場で、計画が練られました。
思い切って、関西国際空港の敷地に、再生会社の子会社をつくることにしました。単独でクローズで運営します。電気を販売している会社は、関西なので、阪本龍馬と高杉晋作が係っている再生会社ではありません。説得に時間がかかるとみて、阪本龍馬は、単独子会社の決断をしました。通常は、単独子会社が生産する電気で関西国際空港は運営しますが、何か事故があると、関西の電気の会社から即電気が供給されるようになっています。関西国際空港の再生会社の子会社は、フル操業すると、常に、関西国際空港の使用料を上回る電気を生産できて、関西の電気の会社に、電気を販売することになります。膨大な関西国際空港の敷地は、自分で電気を生産するには、絶好の場所でした。ヒット商品１と２と３が、大量に、設置されました。
３年後に、関西国際空港に、再生会社の、関西国際空港内の電気の生産会社を売り渡す契約もしました。坂本龍馬と高杉晋作は、あくまで、「日本のみんなが、自分の使う電気を、自分で発電することを目指す」のです。関西国際空港が、自分で使う電気を自分で生産して欲しいからです。再生の会社は、ヒット商品１と２と３だけでも、すごい販売額なのです。再生会社の役員会で、苦労するだろうに、なんで３年後に関西国際空港に、子会社を売り渡すのか、質問がありました。
「大局を見てください」
阪本龍馬は、一言しか言いませんでした。
日本最大の名古屋の工場から、次の日にオファーがありました。
次から次に話がありました。高杉晋作は、仕方がなく、高崎のヒット商品３の専用工場に、研修所を建設しはじめました。敷地は東京ドーム10個分あります。もう、再生した社員だけでは、とても足りないのです。しかも、流れが速いのです。坂本龍馬は、ライセンス契約をした日本の会社４社に集まってもらいました。個人住宅向けの国の補助金20％は、業務施設には適用されません。関西国際空港も、再生会社が、アイデアを絞って運営しないと、減価償却をカバーできません。４社とも、再生会社が創って特許を持っているヒット商品１と２と３を販売することには賛成ですが、工場丸ごといったことには、自信がありません。１番大きな理由は、補助金がないことです。
「関空敷地内の再生会社の運営を見ないと簡単には決断できない」

４社の意見は、このようなものでした。確かにそうです。関空敷地内の再生会社の子会社が、関空の電気をすべて賄うといっても、やってみなければわかりません。常に故障して、電気代の２重払いという結果になるかもしれないのです。
阪本龍馬は、４社の打ち合わせを１回で止めました。家庭用は、もう実績があります。４社は、そこに集中したいのです。
それからたった１週間でした。阪本龍馬と高杉晋作は、再生会社の経営会議にいました。
「日本の銀行３社が、再生会社が発行する、事業債権１００億円を引き受ける約束をしました」
「５０００億円までの制限付きです」
「業務用施設の、自分で使う電気を、自分で発電する事業に限る債券です」
「１％です」
「最大で年間50億円の金利ですが、気になる額でもありません」
１年前に、50億円を気になる額ではないなどと言ったら、歴史に返ってくれと言われただろうと、阪本龍馬は思いました。高杉晋作は、これだと信じたら、思い切ったことをします。
成田空港や羽田空港などの空港は、関空をやるので、自分の再生会社の子会社で、この債権で得た資金を使って、実行することにしました。資金コストは１％です。高杉晋作には自信がありました。坂本龍馬は、国内ライセンスのＡ社を説得しました。国内自動車会社を任せたかったのです。資金は、この債権から得た資金を使うことを了解しました。Ａ社は、再生会社よりも大手です。いまでこそ再生会社の株価が高いのですが、１年前は、月とスッポンでした。
Ａ社はリスクはあるのですが、引き受けました。残りの３社は、経営会議に時間かかるとのことでした。多分決断できないでしょう。「国家のためにやるのだから投資に補助金をつけてほしい」という意見でした。坂本龍馬は、空港と自動車工場だけを、当面、業務施設の、自分が使う電気は自分が発電する事業に挑むことにしました。半年後に、関空は立ち上がり、名古屋の自動車工場は10ヶ月後でした。
「こんなピッチではいかん」

高杉晋作は、こう言いましたが、みんな、高杉晋作のように、先が見えるわけでもないと。坂本龍馬は、上海へ旅立ちました。しばらく、世界を回って、見るのだそうです。

〇川になって

それから７か月が経ちました。
再生会社の社員は、全員、自分の使う電気は自分で発電しています。社員が２倍になったのですが。電気を自分の発電で賄っている社員は、全員です。
再生会社は、15年くらい、社員数が変わりませんでした。平均年齢だけが上がっていました。それが、この１年で、大きく変わりました。平均年齢が10才も若くなったのです。ヒット商品３の専用工場の高崎工場は、ロボットとギャルで動いています。
ヒット商品２の専用工場になった堺の工場も、ロボットと若い女性で運営されています。坂本龍馬は、オンナにモテていたといううわさは、本当でした。高杉晋作は、オンナもオトコも、だれかれとなく、モテます。
福岡にヒット商品１の専用工場を建設中です。工場の端が見えなくらいの大きい工場です。
そして、千葉に、ヒット商品４になると考えられる商品の専用工場を建設中です。
再生会社は、日本の会社の代表選手になるかもしれないとささやかれています。日本の会社の代表選手は、電気の会社や自動車の会社だったのですが。
高崎市の自分が使う電気は自分が発電するプロジェクトは、ほぼ全員が申し込んでいるのですが、50％の工事が終わった状態です。生産が間に合っていません。
関西国際空港の再生会社の子会社は、先月から運営を開始しています。この半年間で、発電の効率が20％も良くなって、運営の初日から、完全に、関西国際空港の電気を賄いました。しかも20％も余りました。以降、毎日、関西の電気の会社に、電気を販売しています。再生会社の研究所のスタッフの努力が実を結んでいます。まだまだ効率は上がるのだそうです。再生会社の関空の子会社は、最初から、月間で黒字でした。昨日発表しました。

昨日、海外にいる阪本龍馬も帰ってきて、その関空の子会社の報告も含めて、経営会議を行いました。
阪本龍馬は、中国の青島に、ヒット商品１とヒット商品２とヒット商品３と、現在開発中のヒット商品４の工場を建設する案を説明しました。なぜ上海や北京ではないのか、質問がありました。
「まとめるのに時間がかかるからだ」
「青島は高崎のように市をあげて取り組むと言っている」
再生会社の経営会議のメンバーは、阪本龍馬と高杉晋作のやり方を、だいたいわかってきています。どこかに、風穴を明けるのだ。それが上海であろうが青島であろうが、影響力のあるところならば、どこでもかまわないのです。アメリカとフランスの会社は、１ヶ月後に提案するとのことでした。高杉晋作は、青島の人事を決めていて、その場で発表しました。中国には、再生会社がライセンスを与えた会社があり、競合になります。アメリカもフランスもです。
マーケティング担当の経営会議のメンバーから、日本の、自分の使う電気を自分で発電するプロジェクトの、推進目標なるものが配られました。
「この忙しいのに、こういうムダな時間を使わないでください」
高杉晋作が言いました。
全員、机上の空論のことを言っていると思いました。マーケティン担当の経営会議のメンバーは、「ここまでくると空想してみたくなる」と謝りました。
高杉晋作が、その書類を破ろうとしましたが、阪本龍馬は、止めました。
マーケティン担当の経営会議のメンバーは、配った書類を、回収しました。
再生会社には、もう、結果が良くない症候群だった面影は、どこにもなくなるのでしょう。マーケの手法は、結果が良くない症候群の手法が多く、再生会社では、組織すらなくなるだろうと、言われています。
再生会社は、毎日のように人事異動をしています。少しづつ変化していますが、方向性は、はっきりしています。お客様との接点で働く社員が、多くなっていることです。女性の社員が１割だったのに、もうすぐ、40％になります。着実に、生活者に向かっています。ヒット商品１の福岡工場とヒット商品２の堺工場とヒット商品３の高崎工場とヒット商品４の千葉工場は、工

場内に、見学コースと相談書と販売所があります。堺市も福岡市も千葉市も、もちろん高崎市も、20％補助金をはじめています。全国に先駆けて、「自分が使用する電気は自分が発電する」を、実行しています。福岡も堺も千葉も、高崎の経済の活性化を、見習いたいのです。20％補助金は、市としての先行投資です。
阪本龍馬と高杉晋作は、実に頭がいいと、再生会社の社員は、感じるようになっています。リスクを恐れないし、なによりも、自分の手柄という概念がありません。本気で、日本の市場経済の再生をもくろんでいることが見えるようになりました。特に、多くなった、再生会社の女性社員は、阪本龍馬と高杉晋作のサポーターのようになっています。
再生会社の経営成績は、株価が示しています。何年も、株価が大きく変動することすらなかったのですが、ここ１年で、10倍になりました。人気株です。もともと株数も多く、動きの良くない銘柄でした。しかし、一挙に変貌しました。優良株です。企業研究会やマーケティング研究会から、講演を頼まれるのですが、誰も、講師を引き受けません。高杉晋作と坂本龍馬がいるのに、それは、できません。坂本龍馬も高杉晋作も、講演どころではありません。時間がないのです。
みんなが聞きたいことは、一体どうなったのかということです。
「売上を目指せば滅びる」
再生会社の社員は、阪本龍馬と高杉晋作が何度も言っていた、この言葉がキーワードだと思っています。
だから、販売目標が、再生会社にはないのだと。
多分、フツウの人が話しても、誰もわからないだろうと、再生会社の社員は思っています。実行してみないとわからない。
再生会社は、このようにして、結果が良くない症候群から結果が良い症候群に変化しました。社員のプレッシャーも少なくなりました。しかし、これが、他の会社にも、波及するのでしょうか。
確かに、高崎と福岡と千葉と堺は、結果が良くない症候群を脱して、地域経済が活性化するかもしれません。しかし、これだけでは、日本全体を動かすことにはなりません。
坂本龍馬と高杉晋作は、眉間にシワを寄せて、考え込んでいるのです。小倉

城を攻め落とすしかないと２人で決断した時のように、もっと、何かをしなければなりませんでした。確かに、流れはできたのですが、大河にはなりません。１つの会社の結果が良くない症候群を、結果が良い症候群に変えて、地域の活性化の流れをつくったのですが。

〇大河のように

坂本龍馬と高杉晋作が最も気を配ったのは、再生会社が、またもや、結果が良くない症候群に陥ってしまうことでした。
「売上を目指せば滅びる」ことを、何度も何度も、話しました。
坂本龍馬も高杉晋作も、テレビに出て解説することなどしませんでした。出演依頼が連日のようにありました。２人が嫌ったのは、幕末の頃との比較をされることでした。そして、実際にはどうだったのか、歴史の真実という見出しがテレビ欄に出ることは確実でした。先走って、出演承諾とネットに情報を流したテレビ局もありました。
しかし。「売上を目指せば滅びる」は、流行語になるかのごとくに、流行ってしまいました。評論家は、その意味するものの解説に、忙しい毎日となりました。多分、今年度の流行語大賞を受賞するだろうと言われています。
会社は、再生会社のように実行しないまでも、真剣に考えはじめました。ホントに「売上を目指せば滅びる」のかどうかです。次第に、時間の経過とともに、流れは大きくなっていきました。流れの源流は再生会社ですので、再生会社が元気を失うと、流れが止まります。坂本龍馬と高杉晋作は、いつも不安を抱えていました。
一方で、高杉晋作は、羽田空港ホテルに宿泊するようになっていました。同時に、成田空港も手をつけたのです。再生会社がやっている空港で使用する電気は、空港自身が発電するというプロジェクトは、どうしても、成功させたかったのです。日本には膨大な数の施設があり、関空と羽田と成田の空港の電気次第では、大きなうねりになる可能性があります。
坂本龍馬は、時々、名古屋の、日本で１番大きい自動車の工場にいました。自動車の工場が自分で使う電気を、自動車の工場が自分で発電するプロジェクトを引き受けたのは、阪本龍馬の説得に応じたＡ社でした。Ａ社は、たく

さんある日本の自動車工場のうち、名古屋の工場に集中しました。ここが成功しないことには、他の会社や工場が乗り気になることはありません。
Ａ社は、再生会社よりも、多くの技術者を抱えていました。しかし、Ａ社は、家庭用のヒット商品１と２と３と４を生産して販売することに集中したかったために、名古屋の自動車工場のＡ社の子会社に、優秀な技術者を配置していませんでした。坂本龍馬は、Ａ社の経営会議にも出席して、業務用の仕事が、いかに儲かるかの話をしました。再生会社の関空の会社は、３年後には、関空に売却します。そういう契約です。今でも、使用量計算で、関西の電気の会社から買うよりも、関空の再生会社の子会社から買う電気代が、安いのです。現在は、安い分は、再生会社の子会社の収益になっています。しかも、再生会社の子会社は、関西の電気の会社に、20％の電気量を売っています。
ここから算出して、３年後の、再生会社が、関空の空港に売却する、再生会社の子会社の価格は、公表はできませんが、交渉もしていませんが、再生会社の投資額を、大幅に上回るものになることは確実です。
つまり、技術も商品も会社も含めて、創り上げて販売するという考えなのです。いまだかって、世界で、このような事業を行っているケースはありません。
やっとＡ社は、阪本龍馬の説得に応じて、大幅な人事異動を行いました。
「名古屋の自動車会社に３年後に子会社を販売する契約をする必要はないのではないか」
この質問が、当然のように、Ａ社の経営会議で出ました。
「いくらＡ社がガンバっても、日本の会社ゼンブをやれないでしょう」
「分散して国家の関与を極力少なくしないと重たくなる」
坂本龍馬が何を言いたいのか、暗黙には、わかっていました。Ａ社は大会社ですが、何かに寄りかかりたい体質を、振り払わないとこれからは生きられないという話をしました。Ａ社には、国家予算を、どうのようにうまくとってくるかが、大事なポイントでした。
一部では、国家プロジェクトにして、再生会社の関空子会社や名古屋の自動車工場のＡ社の子会社を含めて、もっと大がかりな組織で進めようという話が持ち上がりました。坂本龍馬と高杉晋作は、Ａ社に出向いて、ライセンス

契約の解約を申し入れました。
Ａ社は驚きました。大がかりにすればもっとやりやすくなります。いままでは、どうすれば、国家を巻き込めるかを、必死になってやってきていました。
事業方針の衝突です。しかし、Ａ社の中でも、１部の意見ではじまったことでした。霞が関からのオファーもあったのですが、Ａ社は、結局、断りました。今、ヒット商品１と２と３と４のライセンスを失えば、大きな痛手になるからです。
坂本龍馬と高杉晋作は、国家の動きも、よく読んでいました。
国家が関与すると、税金を使えることから、大がかりになるのですが、実行後も、国家が引かないことが、最大の難点です。すべて同じです。国家が、運営をやることはないというのが、阪本龍馬と高杉晋作の考えでした。したがって、このヒット商品１と２と３と４は、国家が係ることを拒否したのです。フツウの人では、拒否などできないでしょうが。
それから３ヶ月後、阪本龍馬は、国内にライセンスを与えたＤ社と一緒に、南米チリにいました。Ｄ社の説得に応じました。ヒット商品１と２と３と４のような、分散型の発電システムは、チリのような南北に長い国に向いていました。送電線からの消耗電気がすごいのです。チリ政府の援助は、銅の販売権をくれるというものでした。直接的な援助は、何もありません。Ｄ社は、権利を得た銅を買い入れて、日本や中国に販売しました。その額は、ヒット商品１と２と３と４を、日本のＤ社からチリの子会社が購入する額でした。ここで、チリとしての貿易のバランスをとることができました。Ｄ社のチリの子会社は、銅の販売利益を、チリ国内の、ヒット商品１と２と３と４の設置と販売に、大幅な割引を行って普及させるというものでした。
坂本龍馬は、Ｄ社の若い、チリプロジェクトの責任者に、感心しました。チリ政府に、銅の販売権を承知させた時点で、もう決着はついていました。もちろん、独占販売権ではありません。
多分、３年くらいで、チリ国内の家庭用電気の80％が変わり、その後、施設の発電も行って、国家の集中発電事業を廃止できるだろうと言われています。

○４年が経過しました

それからまた４年が経過しました。

坂本龍馬と高杉晋作は、歴史に返ったのか、現れなくなりました。

おかしなことですが、昨日、ネットに発表された会社アンケートでは、日本の会社で販売目標を設定している会社が、12％まで落ちたのだそうです。

「売上を目指すと滅びる」は、１００％の会社が、認識していました。流れは、大きく変わりました。結果が良くない症候群は、脱しました。２％アップの目標を設定して、96％達成率で、毎年生き抜いてきていたことが、まるで、ウソのようです。

再生会社は、その後も次々にヒット商品を発売しています。ヒット商品１と２と３と４を創った人も、健在です。彼は、再生会社の社員ではありません。依然として、貧乏っぽい生活をしています。彼は、それで満足なのです。

再生会社は、平均年齢が28才にまで若くなりました。苫小牧に、ヒット商品５の専用工場ができています。北海道の女性たちのあこがれの職場です。オンナが動かしているからです。

再生会社をお手本にして、ヒット商品を目指した会社がたくさんあります。その中から、株価を10倍にした会社が13社もあります。

不思議なことに、輸出で業績を伸ばした会社はありません。

再生会社の中国の子会社やアメリカやフランスの子会社は、13社に及びます。連結すると、売上も利益も膨大になりますが、日本国内の利益率と、連結利益率は大差がありません。もう、その国にはその国でやっていくという、阪本龍馬の考えが浸透しています。海外に売って儲けるなどという人は、いなくなりました。それこそ「売上を目指すと滅びる」です。再生会社だけではなくて、日本の会社は、海外に子会社をたくさんつくるようになりました。円は、依然として高いのですが、あまり、気にならなくなりました。圧倒的に、日本で再生産して日本で消費することが多くなったからです。一時の、海外に売らなければ経営が成り立たない考えは、どこかへ消えてしまったかのようです。

日本に優良会社が復活しました。すべての会社が、結果が良くない症候群を

脱したわけではないのですが、昔あった、優良会社は数多く出てきました。
みんな再生会社と、よく似ています。ヒット商品を創った会社です。
最近、どうして日本では、このように、ヒット商品が創れるのか、会社を見学する外国企業の経営者が多くなったのだそうです。
今年度の日本の税収予想が新聞に出ていました。80兆円を越えるのだそうです。消費税は５％のままです。
再生会社１社を、結果が良くない症候群から結果が良い症候群に変革させて、その流れを、日本の国内に波及させて、日本全体を、結果が良くない症候群から結果が良い症候群に変える作戦は、ほぼ成功したと考えられます。
２０１０年に中国に、世界２位の経済大国の座を奪われた時、日本の人の誰もが、もう日本の再生はあり得ないと思いました。それでも仕方がないと、一時勢いを持ったことのある国であったことを誇りにしようと思っていました。日本の人口が減少に転じたことも、イメージをワルクしました。もう、日本は、高齢社会なのだと思いました。誰が、これから膨らむ高齢者を負担するのか、予想もできませんでした。
それなのに、誰が、この勢いを予想したでしょうか。幸いなことに、公のムダ使い機運は激減しています。国民の監視の目が厳しいのです。気になるのは、あれだけ、もう日本の将来はないと言い切っていた人達が、また、甘い予想をしていることです。この人達は、何もせずに、ただ、頭を働かせているだけです。甘い機運は、バブルを招くだけです。どうして、貧乏に暮らすことを学ばないのでしょうか。
最大の貢献者は、阪本龍馬と高杉晋作とヒット商品の曳き人です。しかし、３人に共通しているのは、貧乏に暮らせることです。よろいがないことです。何も要求しません。日本が良くなれば、暮らしやすくなれば、それでグッドなのです。
「売上を目指すと滅びる」が、日本の人達に、浸透したことは、幸いでした。

２０１１年

２０１８年

げんじあきら

『ヒット商品』を読んでいただきたい。
『人と集団を滅ぼすもの』を読んでいただきたい。
『壊れるよろい』を読んでいただきたい。

売上を目指すと滅びる

著者　　　　げんじあきら